

KIERTOTALOUESTA LIIKETOIMINTAA -OPAS



Ammattikorkeakoulututkinnon opinnäytetyö

Forssa, kestävän kehityksen koulutusohjelma

Kevät 2018

Marika Torkkel

Kestävän kehityksen koulutusohjelma
Forssa

Tekijä	Marika Torkkel	Vuosi 2018
Työn nimi	Kiertotaloudesta liiketoimintaa -opas	
Työn ohjaaja	Ulla-Maija Knuutti	

TIIVISTELMÄ

Kiertotaloudesta puhutaan tällä hetkellä ympäri maailmaa ja se luo yrityksille uutta liiketoimintaa ja uusia kasvumahdollisuuksia. Kiertotalous tarjoaa mahdollisuuksia myös suomalaisille yrityksille, mutta toimeksiantaja (Ethica Oy) on huomannut, että kovin moni pk-yrityksistä ei tiedä, mitä kiertotalous on käytännössä. Työn tavoitteena oli luoda opas, joka selvittää yrityksille lyhyesti, mitä kiertotalous on ja miten yritykset voivat sen tarjoamia mahdollisuuksia hyödyntää.

Toimeksiantajan käytännön ongelmasta johdettiin tutkimusongelma ja tutkimuskysymykset. Tutkimusmenetelmäksi valittiin toimintatutkimus. Tutkimusote oli kvalitatiivinen ja aineistonkeruumenetelmäksi valikoituivat dokumentit. Analyysi tehtiin sähköisen oppaan muotoon, ja toimeksiantaja voi lähettää sen asiakkaille sähköpostilla ennen heidän tapaamista.

Tutkimuksessa havaittiin, että kiertotalouden tilasta tai sen hyödyntämisestä suomalaisissa pk-yrityksissä ei ole tehty tutkimuksia. Näin ollen, tähän aiheeseen liittyville tutkimuksille on tarve, jotta saadaan selville, mikä kiertotalouden todellinen tilanne on ja minkälaista tukea yritykset kaipaavat siihen. Näiden tutkimusten avulla voidaan myös kehittää konkreettisia työkaluja kiertotalouden edistämiseksi pk-yrityksissä. Tässä opinnäytetyössä tehdyn oppaan voidaan katsoa olevan toimeksiantajalle yksi työkalu lisätä pk-yritysten tietoisuutta kiertotaloudesta.

Avainsanat Kiertotalous, pk-yritykset, liiketoimintamallit, toimintatutkimus, oppaat

Sivut 42 sivua, joista liitteitä 8 sivua

Degree Programme in Sustainable Development
Forssa

Author	Marika Torkkel	Year 2018
Subject	Circular Economy Guide Book	
Supervisor	Ulla-Maija Knuutti	

ABSTRACT

Circular economy is a popular topic around the world at the moment and it creates new business and growth potential for companies. Moreover, circular economy also creates opportunities for Finnish companies, but according to the commissioner of this thesis, Ethica Oy, there are many small and medium-sized enterprises (SMEs) who do not know what circular economy means in practice. Therefore, the aim of this research was to create a guide book, which clarifies briefly what circular economy is and how companies can benefit from the possibilities it offers.

Research problem and research questions arose from the practical problem of the commissioner. Furthermore, the research method was chosen for activity analysis. The research was qualitative and the main sources of information were collected from different documents. Finally, the material was analysed in the form of a guide book, which the commissioner can send to its customers by email.

Based on the collected material there is no research about the situation of circular economy in Finnish SMEs is and whether it has been capitalized. Accordingly, there is a need for studies of this kind in order to clarify what the actual state of circular economy is and what kind of support companies are looking for. Furthermore, with the help of these studies it would also be possible to develop more concrete tools for promoting circular economy for SMEs. The guide book, which resulted from this project, can be seen as one kind of a tool to increase the consciousness of circular economy in SMEs.

Keywords Circular economy, small and medium-sized enterprises (SMEs), business models, activity analysis, guide book

Pages 42 pages including appendices 8 pages

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	1
2	OPINNÄYTETYÖN TAUSTA JA TAVOITTEET	1
2.1	Tausta	1
2.2	Tavoitteet ja tutkimuskysymykset	2
3	KIERTOTALOUS	3
3.1	Kiertotalous lyhyesti.....	3
3.2	Arvon maksimointi kiertotaloudessa	4
3.3	Liiketoimintamallit	7
3.3.1	Tuotteen elinkaaren pidentäminen.....	7
3.3.2	Tuote palveluna	8
3.3.3	Jakamislustat	8
3.3.4	Uusiutuvat ja kierrätettävät materiaalit.....	9
3.3.5	Kierrätys ja resurssien palautus kiertoon	9
3.4	Suunnittelun rooli kiertotaloudessa.....	9
3.5	Kiertotalouteen siirtyminen ja tuki yrityksille	11
3.5.1	Kumppanuudet	11
3.5.2	Rahoitus.....	12
4	YRITYSOPAS	12
4.1	Kohderyhmä ja tavoite	12
4.2	Oppaan sisältö ja ulkoasu.....	13
4.3	Kiertotalousjulkaisut Suomessa	14
5	TUTKIMUSMENETELMÄT.....	15
5.1	Toimintatutkimus	16
5.2	Kvalitatiivisen tutkimuksen perusteet	16
5.3	Tutkimuksen luotettavuus	17
6	PROJEKTIN ETENEMINEN.....	18
6.1	Projektin tarve.....	18
6.2	Projektin tavoitteet	18
6.3	Projektin toteutus	19
6.4	Projektin aikataulu	19
6.5	Projektin tulosten hyödyntäminen ja seuranta	20
7	OPPAAN TOTEUTUS.....	21
7.1	Sisältö	21
7.2	Ulkoasu	23
7.2.1	Formaatti	24
7.2.2	Typografiset valinnat	24
7.2.3	Kuvien käyttö oppaassa	25
7.3	Julkaisun aikataulu ja paikka	27

8 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA	28
LÄHTEET	31

Liitteet

Liite 1	Kiertotaloudesta liiketoimintaa -opas
---------	---------------------------------------

1 JOHDANTO

Kiertotaloudesta puhutaan tällä hetkellä ympäri maailmaa (Sitra 2016a) ja kiertotalouden on sanottu olevan suurin murros tuotannossa, kulutuksessa ja koko globaalissa taloudessa 250 vuoteen (Elinkeinoelämän keskusliitto EK 2016). Moni uskoo, että kiertotaloutta hyödyntämällä voidaan löytää harmonia talouden ja ympäristön välille (Ovaska 2016).

Kiertotalous luo yrityksille uutta liiketoimintaa ja uusia kasvumahdollisuuksia. Sitran tekemän selvityksen mukaan kiertotalouden arvo Suomen taloudelle on n. 1,5–2,5 miljardia euroa vuoteen 2030 mennessä (Sitra 2014; Sitra 2016a). Tämän vuoksi olisikin tärkeää, että suomalaiset yritykset tunnistivat kiertotalouden pääperiaatteet ja voisivat olla suunnan näyttäjiä kiertotaloudessa.

Edelläkävijäyritykset voivat saada kiertotaloudesta merkittäviä liiketoimintaetuja. Edelläkävijäisyys on kuitenkin iso strateginen päätös, joka vaatii koko yrityksen systemaattisen muutoksen ja johtoryhmän tuen. Lisäksi koko organisaation on ymmärrettävä, mitä kiertotalous on ja miten se vaikuttaa omaan työhön. Erityisen tärkeää on saada koko arvoketju ymmärtämään, missä ja miten arvo luodaan ja rakentaa toiminnot sen ympärille. Tämä vaatii yhteistyötä eri verkostojen kanssa osallistamalla toimittajat, valmistajat, jälleenmyyjät, palveluiden tuottajat ja asiakkaat. (Ethica 2017a.)

Työssä esitellään ensin opinnäytetyön tausta, tavoitteet ja tutkimuskysymykset, minkä jälkeen siirrytään kiertotalouden ja sähköisen oppaan teoriaan. Tämän jälkeen keskitytään opinnäytetyön tutkimusmenetelmiin, jonka jälkeen kuvataan projektisuunnitelma sekä oppaan käytännön toteutus. Lopuksi esitetään johtopäätökset ja pohdinta.

2 OPINNÄYTETYÖN TAUSTA JA TAVOITTEET

Tässä luvussa kerrotaan lyhyesti opinnäytetyön tausta ja esitellään toimeksiantaja. Näiden lisäksi luvussa esitellään työn tavoitteet ja tutkimuskysymykset.

2.1 Tausta

Opinnäytetyötä aloittaessani syksyllä 2017 tutustuin alalla toimiviin yrityksiin ja otin yhteyttä Ethica Oy:öön. Ethica on vuonna 2013 perustettu kiertotalouden konsultointiin erikoistunut yritys, jonka tavoitteena on auttaa asiakkaitaan lisäämään sekä kassavirtaa että ympäristön hyvinvointia. Yri-

tyksen toimipaikka on Helsingissä ja se työllistää viisi henkilöä. Ethican pääasiallisia asiakkaita ovat pienet ja keskisuuret eli pk-yritykset sekä kunnat ja kaupungit. (Ethica n.d.)

Ethicalla oli tarve kiertotalousoppaalle, sillä he olivat huomanneet asiakastyössä, että monet yritykset sekoittavat kierrätyksen ja kiertotalouden. Näin ollen asiakastapaamisissa menee paljon aikaa siihen, että Ethica kertoo, mitä kiertotalous on. Sen sijaan Ethica toivoo, että tapaamisissa voidaan keskittyä siihen, miten yritykset voivat hyödyntää kiertotalouden tarjoamia mahdollisuuksia. Tähän käytännön haasteeseen Ethica halusi löytää ratkaisun, joksi valikoitui sähköinen opas. Oppaan tavoitteena on selvittää lyhyesti ja ytimekkäästi, mitä kiertotalous on ja miten yritykset voivat sitä hyödyntää. Kun asiakkaat tutustuvat oppaaseen etukäteen, kiertotalousasioita päästään miettimään yritysten kanssa syvällisemmin jo heti ensimmäisessä tapaamisessa.

2.2 Tavoitteet ja tutkimuskysymykset

Toimeksiantajan käytännön ongelma oli, että kovin moni yrityksistä ei tiedä, mitä kiertotalous tarkoittaa käytännössä. Opinnäytetyön tavoitteena on löytää ratkaisu, jonka avulla yrityksille saadaan tietoa, mitä kiertotalous on ja miten yritykset voivat sitä hyödyntää. Tästä johdettiin tutkimuskysymykset, jotka ovat seuraavat:

- Miten kiertotalous esitetään houkuttelevana vaihtoehtona yrityksille?
- Millaisia erilaisia liiketoimintamalleja ja suunnittelustrategioita kiertotalous tarjoaa?
- Millaista tukea yritykset tarvitsevat kiertotaloutta hyödyntääkseen?
- Millainen on hyvä sähköinen opas yritykselle?

Kysymykset johdettiin teorian ja käytännön pohjalta ja tavoitteena on vastata toimeksiantajan käytännön ongelmaan etsimällä vastaukset yllä oleviin kysymyksiin. Tutkimusongelma, tutkimuskysymykset sekä käsiteltävät teemat on koottu taulukkoon 1 (s. 3).

Taulukko 1. Toimintataulukko

Tutkimusongelma:	Tutkimuskysymykset:	Teemat:
Tavoite on saada yrityksille tietoa, mitä kiertotalous on ja miten sitä voi hyödyntää.	Miten kiertotalous esitetään houkuttelevana vaihtoehtona yrityksille?	Kiertotalous vs. lineaarinen talous, arvon maksimointi
	Millaisia eri liiketoimintamalleja ja suunnittelustrategioita kiertotalous tarjoaa?	Tuote-elinkaaren pidentäminen, tuote palveluna, jakamislustat, uusiutuvuus, resurssitehokkuus ja kierrätys, suunnittelustrategiat
	Millaista tukea yritykset tarvitsevat kiertotaloutta hyödyntääkseen?	Kumppanuudet, rahoitus ja muu tuki
	Millainen on hyvä opas yritykselle?	Oppaan sisältö ja ulkoasu

Opinnäytetyön tavoitteena oli vastata tutkimusongelmaan yllä oleviin tutkimuskysymyksiin vastaamalla. Tutkimuskysymysten yhteydessä käsitellään myös yllä olevassa taulukossa näkyviä teemoja.

3 KIERTOTALOUS

Kiertotalouden uskotaan olevan nykyistä kestävämmän talousjärjestelmän edellytys. Kiertotalouden nähdään vahvistavan taloutta samalla, kun luonnonvarojen käyttöä ja niistä aiheutuvia ympäristövaikutuksia voidaan vähentää. (Seppälä, Sahimaa, Honkatukia, Valve, Antikainen, Kautto, Myllymaa, Mäenpää, Salmenperä, Alhola, Kauppila & Salminen 2016.) Tässä luvussa tutustutaan kiertotalouteen ja arvon maksimointiin sekä kiertotalouden liiketoimintamalleihin ja suunnittelun rooliin. Lisäksi selvitetään, millälaista tukea pk-yrityksille on kiertotalouteen ja siihen liittyviin hankkeisiin saatavilla.

3.1 Kiertotalous lyhyesti

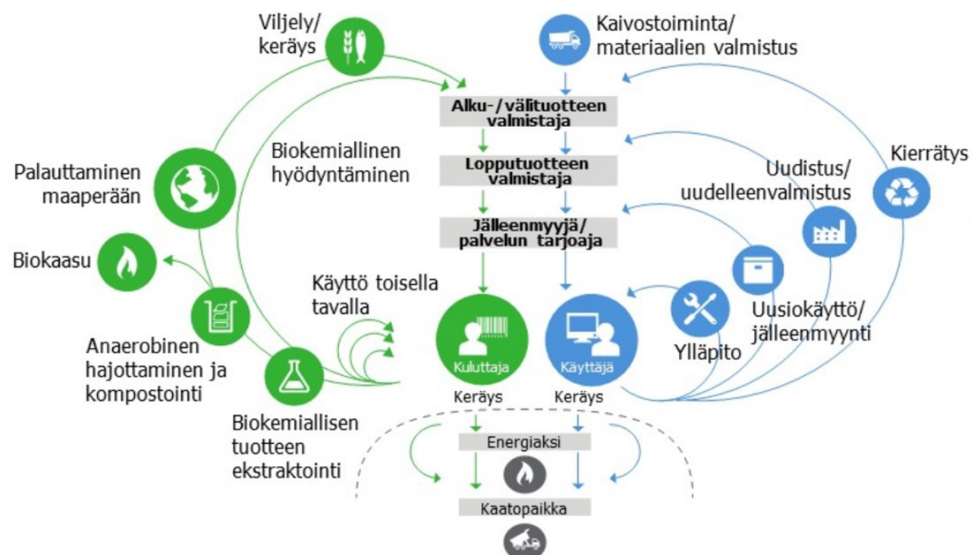
Perinteisessä lineaarisessa ”ota, valmista, hävitä” -talousmallissa tuotteet on totuttu poisheittämään käytön jälkeen. Uusiutumattomien luonnonvarojen rajallisuus on kuitenkin vähitellen muuttamassa tätä ajatusmallia ja ollaan siirtymässä suljettuihin prosesseihin, joissa materiaaleja ei lopuksi tuhota, vaan niitä kierrätetään ja niistä valmistetaan uusia tuotteita yhä uudelleen. Kiertotalous tarkoittaa systeemien, tuotteiden ja palveluiden

suunnittelemista siten, että arvon säilyttäminen mahdollisimman pitkään on kannattavaa ja luo uutta liiketoimintaa. (EllenMacArthur Foundation 2013; Karvonen, Jansson, Vatanen, Tonteri, Uoti & Wessman-Jääskeläinen 2015, 8.)

Kiertotaloudessa kulutus perustuu omistamisen ohella vahvasti palveluiden käyttämiseen kuten jakamiseen, vuokraamiseen ja kierrättämiseen. Kyse ei kuitenkaan ole vain kierrätyksestä, vaan tuotteen koko elinkaaresta: raaka-aineiden tuotannosta, materiaalien prosessoinnista, tuotteiden suunnittelusta ja tuotannosta, jakelusta, kulutuksesta ja käytöstä sekä keräyksestä ja kierrätyksestä. Kiertotalous tuo mukanaan mahdollisuuden laajentaa omaa tarjontaa uusilla tavoilla. Lisäksi se tarjoaa taloudellista kehitystä luonnonvarojen nykyisissä rajoissa niin, että uusien innovaatioiden avulla voidaan saada ”vähemmällä enemmän”. (Accenture 2014.)

3.2 Arvon maksimointi kiertotaloudessa

Kiertotaloutta kuvataan usein biologisen ja teknisen kierron kautta. Biologisella kierrolla tarkoitetaan maapallon luontaista biologista kiertoa, jossa luonnosta lähtöisin olevat materiaalit kiertävät ja hyödyntävät luonnon omaa kiertokulkua. Teknisellä kierrolla tarkoitetaan puolestaan ihmisen järjestämää kierrätystä ja se käsittää tuotteiden koko elinkaaren ja arvoketjun alkuvaiheen suunnittelusta tuotteesta luopumiseen asti. (HSY 2017.) Kuva 1 havainnollistaa kiertotalouden biologista (vihreällä) ja teknistä kiertoa (sinisellä).



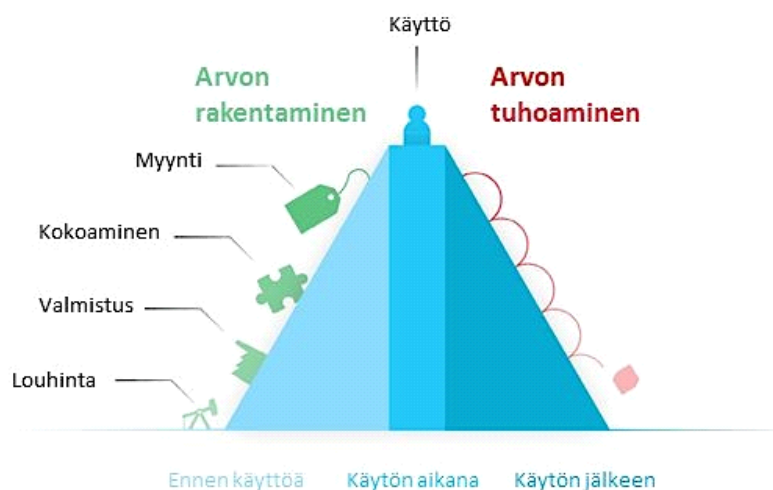
Kuva 1. Kiertotalouden biologinen ja tekninen kierto (Pantsar & Herlevi 2016).

Kiertotalousmallissa keskitytään arvon säilyttämiseen kiertojen avulla (kuva 1). Mitä lähempänä käyttäjää kiertoja voidaan luoda ja ylläpitää, sen

paremmin arvo saadaan säilymään ja materiaalihukka vähenemään. Kiertojen ulommainen kehä on näin ollen vähiten toivottu vaihtoehto, sillä materiaalkiertojen vaatimat energiapanokset kasvavat siirryttäessä sisältä ulospäin. (Achterberg, Hinfelaar & Bocken 2016; Ethica 2017b; Seppälä ym. 2016.)

Kuvan 1 (s. 4) alareunassa on havainnollistettu sitä, kuinka kaatopaikalle ja polttoon päätyvät materiaalivirrat eivät ole mukana materiaalkierroissa. Kiertotalousajattelun mukaan nämä materiaalit tulisi saada palautettua materiaalkiertoon, sillä yleisesti ottaen se on energiatehokkaampi ja vähemmän päästöjä aiheuttava vaihtoehto kuin polttaminen ja uusien materiaalien työstö neitseellisistä raaka-aineista. Biologisessa kierrossa raaka-aineet tulisi kohdentaa uudelleen käyttöön, joka voi poiketa aikaisemmasta käytöstavasta (ns. kaskadikäyttö). (Seppälä ym. 2016.)

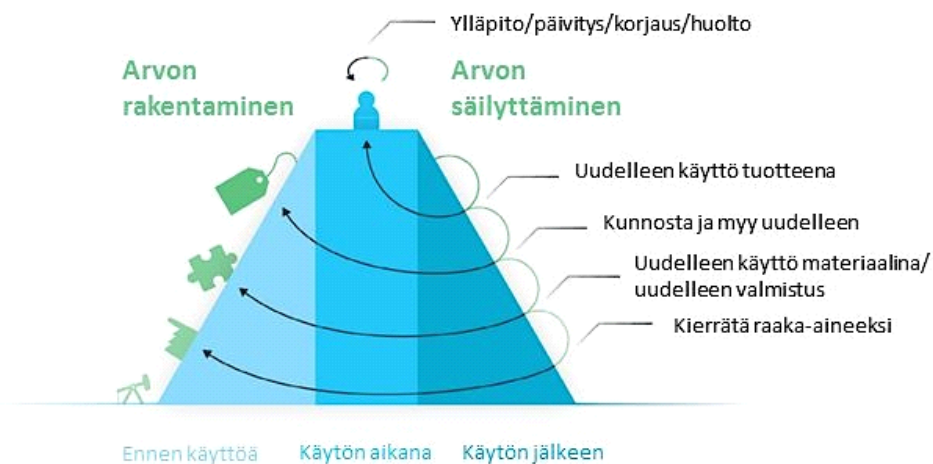
Kuvilla 2 ja 3 (s. 5-6) on havainnollistettu lineaarisen ja kiertotalousmallien eroja arvon rakentamisen, tuhoamisen ja säilyttämisen näkökulmasta. Arvoa voidaan säilyttää suljettujen kiertojen avulla. (Achterberg ym. 2016; Ethica 2017b.) Lineaarisisessa mallissa (kuva 2) tuotteen arvo romahtaa ja usein tuhoutuu, kun tuote on myyty. Kiertotalouden tavoitteena on muokata koko tuotanto- ja palvelutapa suljettujen kiertojen mukaiseksi. Tällöin tuotteeseen sitoutunut arvo, jota on kerrytetty siihen kerroksittain raaka-aineiden louhimisen, materiaalien jalostamisen, komponenttien valmistamisen, tuotteen kokoamisen ja brändin kehittämisen myötä, saadaan säilymään mahdollisimman pitkään. (Ethica 2017b.)



Kuva 2. Lineaarinen talous arvokukkulalle asetettuna (Achterberg ym. 2016).

Suljettuja kiertoja on havainnollistettu kuvassa 3 (s. 6). Kuva havainnollistaa, kuinka suunnittelun ja tuotannon eri vaiheissa kiertoja sulkemalla materiaalit saadaan kiertämään mahdollisimman tehokkaasti yhä uudelleen ja uudelleen. Kiertoja voidaan luoda eri kohtiin ja niillä voidaan yhdistää ketjun eri vaiheita. Oleellista on pyrkiä siihen, että tuotteen tai sen osien

käyttöikä voidaan pidentää mahdollisimman paljon ilman, että materiaalia tarvitsee muokata muodosta toiseen, koska se kuluttaa energiaa ja synnyttää lisähävikkiä.



Kuva 3. Kiertotalous arvokukkulalle asetettuna (Achterberg ym. 2016).

Kuva 3 havainnollistaa suljetut kierrot, joita on yhteensä viisi (Ethica 2017b; Sitra 2014, 4):

1. Tehokkain tapa säilyttää tuotteen arvo on käyttöiän pidennys ja tämä onkin kiertojen arvosijalla ensimmäinen. Keinoina käyttöiän pidentämisessä ovat mm. vara- ja lisäosat, päivitykset sekä korjaus- ja huoltopalvelut.
2. Toinen kierto on tuotteen uusi elämä uudella omistajalla. Seuraavalle käyttäjälle tuote voidaan tarjota käyttöön sellaisenaan tai sen jälkeen, kun se on kunnostettu, korjattu tai muodistettu.
3. Kolmanneksi asettuu kierto, jossa tuote kunnostetaan ja myydään uudelleen. Monet suurlaitteiden valmistajat ovat alkaneet tarjota omaa tehdaskunnostettujen tuotteiden tuotelinjaa. Laitteet tarkastetaan, korjataan, tarvittavat osat uusitaan, sertifioidaan ja myydään uutta vastaavina, mutta huomattavasti halvemmalli.
4. Neljäntenä on kierto, jossa käytöstä poistetun tuotteen materiaaleista valmistetaan samanlainen tai kokonaan uusi tuote. Tuotteesta irrotetut komponentit tai osat pyritään hyödyntämään suoraan ilman muuntavia käsittelyitä, jolloin voidaan vähentää energiankulutusta ja uusien osien valmistusta. Tämä säästää neitseellisiä ja uusioraaka-aineita sekä pienentää valmistuskustannuksia.
5. Viimeinen kierto muodostuu perinteisestä kierrätyksestä. Mitään materiaalia ei hukata, vaan kaikki ylemmän tason kierroista hyödyntämättä jääneet materiaalit kierrätetään raaka-aineeksi. Kierrätetty materiaali voidaan erottamisen ja käsittelyn jälkeen käyttää hyödyksi aivan toisenlaisessa käyttötarkoituksessa.

Tehostaessaan materiaalien kiertoja kiertotalousyritykset vähentävät resurssien kulutusta. Tämän edistämiseksi tarvitaan usein kuitenkin uusia

teknologioita ja innovaatioita. Lisäksi tuotteiden ja tavaroiden käyttöasetta ja elinikää voidaan lisätä uusilla liiketoimintamalleilla ja palvelukonsepteilla. Samalla uudenlaiset palvelumallit tuovat kilpailuetua ja taloudellista lisäarvoa. (Seppälä ym. 2016.)

3.3 Liiketoimintamallit

Edellä mainittujen kiertojen luominen mahdollistaa uusia liiketoimintamalleja ja luo yrityksille uusia kasvumahdollisuuksia kiertotalouden hyödyntämiseksi. Yritysten täytyy kuitenkin olla varmoja, että heidän tarjoamille ratkaisuilleen on kysyntää ja liiketoimintamallit kilpailukykyisiä, ennen kuin he ovat valmiita muuttamaan toimintatapojaan. (Seppälä ym. 2016, 18.)

Accenture (2014) ja Sitra (2016) ovat koonneet viisi kiertotalouden liiketoimintamallia, jotka ovat

- tuotteen elinkaaren pidentäminen
- tuote palveluna
- jakamislustat
- uusiutuvat ja kierrätettävät materiaalit
- kierrätys ja resurssien palautus kiertoon.

Nämä liiketoimintamallit esitellään lyhyesti seuraavaksi.

3.3.1 Tuotteen elinkaaren pidentäminen

Tavoitteena on käyttää tuotteita alkuperäisessä käyttötarkoituksessa niin pitkään kuin on teknisesti ja taloudellisesti kannattavaa esimerkiksi korjaamalla ja kunnostamalla (Ovaska 2016). Samalla uusien tuotteiden ostamisen ja valmistuksen tarve vähenee. Tuotteiden eliniän lisäämisen keinot ovat seuraavat (Seppälä ym. 2016, 22–24; Sitra 2016b):

- suunnittelu mahdollisimman pitkäikäiseksi ja korjattavaksi
- huolto- ja korjausmahdollisuus
- päivittäminen (esim. ohjelmisto tai ulkonäkö)
- kunnostus tai uudelleenvalmistus uudenveroiseksi
- uudelleenmarkkinointi, jälleenmyynti ja uudelleenkäyttö
- yhteiskäyttö ja jakaminen.

Tämä liiketoimintamalli sopii useimmille pääomaintensiivisille B2B-segmenteille ja B2C-yrityksille, jotka omistavat tuotteita ja saavat tuloksensa näiden huollosta tai parantamisesta tai tuotekomponenttien kunnostuksesta, päivittämisestä, uudelleenvalmistuksesta tai -markkinoinnista (Accenture 2014, Ovaska 2016).

3.3.2 Tuote palveluna

Yksi tapa toteuttaa kiertotaloutta on muuttaa fyysisiä tuotteita palveluiksi tai tuotteen ja palvelun yhdistelmiksi. Tämä kannustaa yrityksiä ylläpitämään tuotteita mahdollisimman pitkään ja siirtää painopisteen myyntivolyymeistä tuotteen ja palvelun suorituskykyyn. Asiakas maksaa tavaran omistamisen sijaan tuotteen tai palvelun käytöstä esimerkiksi liisauksen tai vuokraussopimukseen perustuen. Tällöin tuotteella on sen elinkaaren aikana useita käyttäjiä, jotka maksavat tuotteesta käytön mukaan. (Accenture 2014; Sitra 2016b; Seppälä ym. 2016.)

Helpoin tapa lähestyä palvelullistamista on liittää olemassa olevaan tuotteeseen palvelusopimus tai neuvontapalvelu. Esimerkkejä palvelusopimuksen eri muodoista ovat seuraavat (Sitra 2016b):

- Liisauksessa (=leasing) asiakkaalla on oikeus tuotteen käyttöön pidempään ja siihen voidaan yhdistää erilaisia lisäpalveluja ja päivityksiä. Vuokratessa käyttöoikeus on tyypillisesti lyhempi, normaalisti alle kuukauden.
- Tuotteesta myydään pelkkää hyöty-yksikköä. Esimerkiksi yhteiskäyttöauton käytöstä veloitetaan ajettujen kilometrien perusteella tai pesukoneesta pesukertojen mukaan, jolloin sopimukseen kuuluvat kotiin tuotu pesukone sekä pesuaineet.
- Etukäteen sovittu palvelusopimus kuten kokonaisvaltainen valaistus-suunnitelma, jossa käyttäjä maksaa vain valosta. Valaistuksen tarjoaja omistaa valaisimet, lamput sekä huolehtii huollosta ja sähkölaskusta.

Malli sopii erityisesti yrityksille, joilla on korkeat käyttökustannukset ja jotka huoltavat tuotteensa kilpailijoitaan tehokkaammin (Accenture 2014; Ovaska 2016).

3.3.3 Jakamisaalustat

Resurssitehokkuutta voidaan edistää jakamalla käyttämättömiä resursseja niitä tarvitseville. Tuotteet voivat siirtyä käyttäjältä käyttäjälle ilman maksua tai maksua vastaan. (Seppälä ym. 2016, 22.)

Erilaiset sovellusaalustat edistävät tavaran ja resurssien käyttöasteen maksimoimista ja elinkaaren pidentämistä esimerkiksi vuokrauksen, myymisen, jakamisen ja uudelleenkäytön myötä. Palvelun kautta voidaan jakaa esimerkiksi vaatteita, kulkuvälineitä, työkaluja, huonetilaa tai kodinkoneita. Lisäksi jakamisaalustoja hyödynnetään liisauksen ja vuokrauspalveluissa yhteiskäytön hallintaan. (Accenture 2014; Sitra 2016b.)

Malli sopii yrityksille, joiden tuotteilla on alhainen käyttö- tai omistusaste. Lisäksi monet tämän päivän yrityksistä perustavat palvelunsa eri jakamisaalustoille ilman omaa tuotevalmistusta. (Accenture 2014.)

3.3.4 Uusiutuvat ja kierrätettävät materiaalit

Kiertotaloudessa käytetään mahdollisimman vähän neitseellisiä raaka-aineita. Tuotteiden suunnittelussa ja valmistuksessa fossiilisia energialähteitä korvataan uusiutuvilla, kierrätettävillä ja biohajoavilla materiaaleilla, jolloin valmistuskustannukset pysyvät maltillisempina. Vaihtoehtoisesti kiertotaloutta tukevat materiaalit voivat olla perinteisiin materiaaleihin verrattuna parempia, jos tuotteen koko elinkaari huomioidaan. Lisäksi olennaista on materiaalien puhtaus, jolloin niitä on helpompi kierrättää ja käyttää uudelleen. Materiaalivalinnat ovatkin tärkeä osa tuotesuunnittelua. (Accenture 2014; Seppälä ym. 2016; Sitra 2016b.)

Malli soveltuu erityisesti yrityksille, jotka käyttävät rajallisia raaka-aineita, joiden materiaalihinnat ovat korkeat tai joilla on suuri ympäristöjalanjälki (Accenture 2014).

3.3.5 Kierrätys ja resurssien palautus kiertoon

Tavoitteena on erotella käyttökelpoiset raaka-aineet poisheitettävistä tuotteista ja sivutuotteista ja käyttää ne uudelleen. Mitään materiaalia ei hukata, vaan kaikki hyödyntämättä jääneet materiaalit kierrätetään raaka-aineiksi, jotka voidaan erottelun ja käsittelyn jälkeen käyttää hyödyksi samanlaisen tai aivan toisenlaisen tuotteen valmistukseen. (Accenture 2014; Sitra 2016b.)

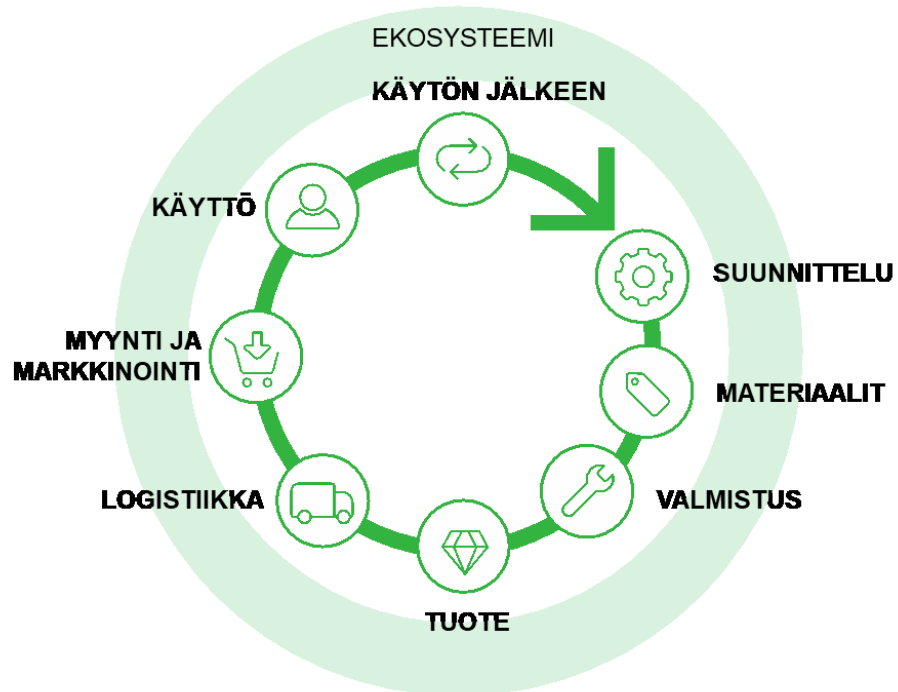
Yritykset voivat hyödyntää myös toistensa sivuvirtoja, teknologiaa, osamista tai palveluja ja näin tuottaa toisilleen lisäarvoa. Tällöin toisen sivuvirrasta tai jätteestä tulee toisen resurssi ja samalla säästetään toimijoiden kustannuksia ja haitallisia ympäristövaikutuksia. Tätä toimintatapaa kutsutaan teolliseksi symbioosiksi ja parhaimmassa tapauksessa sitä voidaan hyödyntää sekä kotimaisilla että kansainvälisillä markkinoilla. (Motiva 2017.)

Malli sopii yrityksille, joiden tuotannossa syntyy paljon sivutuotetta tai jotka voivat tehokkaasti palauttaa ja jälleenkäsittää jätteet tuotteista (Accenture 2014).

3.4 Suunnittelun rooli kiertotaloudessa

Perinteisesti tuotesuunnittelu on keskittynyt tuotteeseen tai sen pakkaukseen. Kiertotaloudessa suunnittelulla on merkittävä rooli. Kiertotalouden mukaisessa suunnittelussa keskitytään tuotteen ja palvelun toimintaan sille suunnitellussa käyttötarkoituksessa niin, että sillä on mahdollisimman vähän negatiivisia ja paljon positiivisia vaikutuksia koko elinkaaren aikana. (Ovaska 2016.) Näin ollen suunnittelussa tulisi huomioida tuotteen koko elinkaari aina materiaalien ja raaka-aineiden tuotannosta, materiaalien prosessointiin, tuotteiden valmistukseen, jakeluun, myyntiin ja kuluttami-

seen. Lisäksi suunnitteluvaiheessa tulisi huomioida, miten tuote kierrätetään mahdollisimman tehokkaasti ja turvallisesti varsinaisen käytön jälkeen. (VTT 2016.) Kuva 4 havainnollistaa tuotteen elinkaaren vaiheet, jotka tulisi huomioida suunnittelussa.



Kuva 4. Tuotteen elinkaaren vaiheet (Design Forum & Ethica 2017).

Uudet liiketoimintamallit ja palvelukonseptit lisäävät tuotteiden ja tavaroiden käyttöastetta ja elinikää. Näin ne mahdollistavat pidemmän asiakassuhteen sekä jatkuvamman kassavirran tuotteiden elinkaaren eri vaiheista. Kiertotalouden mukaisia suunnittelustrategioita on viisi (Ethica n.d.; Products that Last, n.d.):

- Pitkäikäisyys. Tuote suunnitellaan mahdollisimman kestäväksi ja pitkäikäiseksi.
- Helppo ylläpito ja korjattavuus. Tuote on suunniteltu niin, että asiakas tai valmistaja/yhteistyökumppani voi korjata sen helposti.
- Yhteensopivuus. Tuotteiden osat pidetään yhteensopivina pitkään, jotta niitä voidaan vaihtaa ja korjata helposti. Myös eri tuotesarjat suunnitellaan yhteensopiviksi keskenään.
- Päivitettävyyys. Tuotteen osat tai ohjelmisto on helppo päivittää uudempaan versioon.
- Modulaarisuus. Tuote on suunniteltu niin, että sitä pystytään helposti korjaamaan ja päivittämään kaikkien osien ollessa helposti irrotettavia ja vaihdettavia.

Suunnittelustrategioita hyödyntämällä muun muassa materiaalien hallittavuus säilyy paremmin valmistajalla, materiaalista saadaan enemmän arvoa, raaka-aineiden hankintaan liittyvät riskit pienenevät ja saatavuus pysyy vakaampana. Etuna asiakkaalle ovat pitkäikäisemmät sekä helpommin korjattavat ja päivitettävät tuotteet. (Ethica n.d.)

3.5 Kiertotalouteen siirtyminen ja tuki yrityksille

Kiertotalouteen siirtyminen vaatii systeemimuutosta, joka vaatii aikaa ja uudenlaista, normaalia laajempaa yhteistyötä kaikkien sidosryhmien kanssa. Lisäksi muutos vaatii poliittisia toimia sekä uusia kiertotaloutta edistäviä aloitteita. (Karvonen ym. 2015; Sitra 2016a.) Sitran mukaan kiertotalouden edistämiseksi tarvitaan uusia kannusteita kuten selkeitä indikaattoreita, verotuksellisia kannusteita ja investointien rahoitusmekanismeja (Pantsar & Herlevi 2016).

Tässä tutkimuksessa on tutkittu ainoastaan kumppanuuksia ja saatavilla olevaa rahoitusta, koska näihin yrityksen on katsottu pystyvän itse vaikuttamaan. Verotukseen yritykset eivät voi itse suoraan vaikuttaa.

3.5.1 Kumppanuudet

Kiertotalouden liiketoimintamallien hyödyntäminen ja kiertotalouteen siirtyminen vaatii usein kumppaneita oman organisaation ulkopuolelta. Samanaikaisesti kiertotalous tarjoaa menestysmahdollisuuksia kaikille toimijoille, jotka toimivat näissä verkostoissa. Yhteistyössä toimijat voivat laajentaa toimialaansa ja samalla säästää omia resurssejaan. Esimerkiksi palvelullistamisessa palveluntarjoaja tuo mukanaan osaamisen, valmiit kanavat ja verkostot, kun taas valmistajalla on valmis tuote, jolle etsitään yhdessä uusia markkinoita. (Karvonen ym. 2015.)

Kiertotalous voi myös tarkoittaa muutoksia alihankkijaverkostossa ja sen toiminnassa. Muutokset voivat olla esimerkiksi vaihtoehtoisten materiaalien kartoitusta ja hankintaa. Lisäksi on mahdollista, että kumppaneita tarvitaan nykyisen toimitusketjun ulkopuolelta tai kokonaan uusilta sektoreilta. (Elinkeinoelämän keskusliitto EK 2016.)

Kumppanit ja sidosryhmät on hyvä ottaa mukaan kehittämistyöhön jo varhaisessa vaiheessa. Tällöin toimintaa on helpompi tarkastella isona kokonaisuutena ja miettiä siihen tarvittavia muutoksia, puuttuvia toimintoja ja toimijoita, joita tarvitaan kiertotalouden mukaisen toiminnan toteuttamiseksi. Lisäksi yhdessä voidaan tunnistaa kattavammin uudet ratkaisut ja orastavat mahdollisuudet. (Ethica 2017a.)

3.5.2 Rahoitus

Kiertotalouteen on saatavilla erilaisia rahoituksia, joiden hakuajat ja niiden pituudet vaihtelevat. Osa on auki jatkuvasti ja osa vain lyhyen ajan. Lisäksi rahoitukset voivat olla tarkoitettuja erityyppisille hakijoille esimerkiksi toimialan ja -alueen perusteella. Rahoitusten hakeminen ja uusien rahoitusmahdollisuuksien seuraaminen vaatii yrityksiltä aikaa ja aktiivisuutta.

Jatkuvaa rahoitusta kiertotaloushankkeisiin on saatavilla muun muassa Tekesin ”Puhtaasti biotalouteen” -ohjelman BioNets- ja CleanWeb-ohjelmista sekä EU:n Horisontti 2020 -ohjelmasta (Tekes n.d.). Myös eri alueiden ELY- ja kehittämiskeskuksilla on kiertotaloushankkeille omia rahoituksia, joista monet ovat EU-rahoitteisia (Kouvola Innovation n.d.). Näiden lisäksi rahoitusta on mahdollista saada ympäristöministeriön tutkimus- ja kehittämistoiminnasta, työ- ja elinkeinoministeriöstä, maa- ja metsätalousministeriön tutkimus- ja kehittämishankkeesta sekä rakennerahas- toista (EAKR ja ESR) ja maaseuturahastosta (Circwaste 2017). Myös Euroopan Komissio ja Euroopan investointipankki ovat perustamassa sähköistä alustaa, jonka tavoitteena on edistää kiertotaloutta ja kiertotaloushankkeiden rahoitusta (Ahtela 2017).

4 YRITYSOPAS

Yritys viestii kaikella toiminnallaan. Sisäinen viestintä on yrityksen työntekijöiden keskinäistä viestintää. Ulkoisella viestinnällä tarkoitetaan puolestaan yrityksen yhteydenpitoa ulkoisiin sidosryhmiin ja sen tavoitteena on luoda ja ylläpitää hyviä suhteita. Ulkoisen viestinnän tehtävänä on tukea yrityksen markkinointia ja myyntiä sekä luoda kysyntää. Yritys välittää viestinsä erilaisia viestintäkanavia pitkin kohderyhmän ja tilanteen mukaan. Lisäksi tärkeää on valita oikeat viestinnän keinot kohderyhmien tavoittamiseksi. (Lohtaja & Kaihovirta-Rapo 2007, 14–19.)

Sisältö ja ulkoasu ovat tärkeässä asemassa julkaisun suunnittelussa. Lisäksi suunnittelun yhteydessä tulisi huomioida, kuka on viestin lähettäjä ja mitä viestillä halutaan sanoa, kuka tai ketkä ovat julkaisun kohderyhmä, mikä on julkaisun tarkoitus, mikä on toimivin väline viestin välittämiseen ja milloin on sopiva julkaisuajankohta. (Pesonen & Tarvainen 2003, 1–4.) Näitä asioita käsitellään tässä luvussa. Lisäksi tutkitaan, onko kiertotaloudesta julkaistu vastaavanlaisia muita oppaita.

4.1 Kohderyhmä ja tavoite

Oppaan suunnittelua aloittaessa tulee ensimmäiseksi miettiä, ketkä kuuluvat oppaan kohderyhmään ja mitä he tarvitsevat. Lisäksi tulee olla selvillä, mikä on osallistujien tieto- ja taitotaso esitetystä aiheesta. (Kortesuo & Sjöman 2017, 35–36.) Kohderyhmä vaikuttaa siihen, miten teksti kannattaa

rakentaa. Viestin muotoiluun ja kohdistamiseen vaikuttavat esimerkiksi kohderyhmän koko, heterogeenisyys tai se ovatko he uusia tai jo vakiintuneita asiakkaita. (Pesonen & Tarvainen 2003, 2–3.) Muita yleisiä ominaisuuksia, joilla kohderyhmää määritellään, ovat esimerkiksi sosioekonominen asema, ikä, koulutus, ammattiasema, henkilöstötaso tai toimeksiantajan toiveet (Vilkka & Airaksinen 2004, 38–39).

Kun kohderyhmä on selvillä, tulee seuraavaksi pohtia mitä oppaalla tavoitellaan (Kortesuo & Sjöman 2017, 37). Tavoitteena voi olla esimerkiksi, että lukija saa siitä tarvittavan tiedon omaa päätöstä tai asian jatkokäsittelyä varten (Itä-Suomen Yliopisto n.d.).

4.2 Oppaan sisältö ja ulkoasu

Tekstin tavoite voi olla tiedon antaminen, mielipiteeseen tai tunteisiin vaikuttaminen tai vastaanottajan saaminen toimimaan halutulla tavalla. Kun tavoite on selvillä, on tekstin suunnittelu ja kirjoittaminen helpompaa. (Kankaanpää & Piehl 2011, 57.)

Lukijan on helppo perehtyä uuteen asiaan, kun asioiden esitysjärjestystä ja -tapaa on mietitty etukäteen. Looginen ja jäsennelty teksti on parempi kuin luonnosmainen ja sekava. Tavallisimpia jäsentelyratkaisuja ja niihin sopivia tekstilajeja on lueteltu alla (Honkala, Kortetjärvi-Nurmi, Rosenström & Siira-Jokinen 2010, 26; Kankaanpää & Piehl 2011, 93.):

- aikajärjestys (selostus tai ohje)
- aihepiirijärjestys (esite tai käsikirja)
- ongelmanratkaisujärjestys (tutkimusraportti tai lehtiartikkeli)
- tärkeysjärjestys tai kärkeäkolmiomalli (uutinen, tiedote tai päätös)
- vastakohtajärjestys (arvostelu tai vertaileva lausunto)
- motivointijärjestys (markkinointikirje tai kutsu)
- assosiaatiojärjestys (tuttavallinen teksti)

Jäsentelyvaihtoehdoista useampi voi sopia samaan tekstiin, jolloin tekstiä kannattaa miettiä lukijan kannalta. Usein sopivin jäsenitys alkaa asiasta, joka on tuttu lukijalle ja yhdistää aiheen hänen maailmaansa. (Kankaanpää & Piehl 2011, 93.)

Kun tietoa on paljon ja se pitäisi esittää ytimekkäästi, on kirjoittajan käytettävä erilaisia menettelytapoja valitessaan tekstin sisältöä. Tekstiä ei saa olla liikaa, sillä se voi estää lukijaa näkemästä tekstin tärkeimmät asiat. Voi myös olla, että lukija ei jaksaa kiinnostua tekstistä, jos se on liian pitkä. Näin ollen tulee välttää asioita, jotka eivät koske lukijaa tai eivät ole hänelle ajankohtaisia tai jotka lukija jo tietää. (Kankaanpää & Piehl 2011, 85.)

Yritysten laatimat tekstit ovat tyypillisesti asiatekstejä, joiden tavoite on välittää tietoa selkeästi ja luotettavasti. Teksti on uskottavaa, kun siihen on valittu sille sopiva tekstilaji, kielioppi on huoliteltu ja tyyli johdonmukainen. Vastaanottaja tulee huomioda myös tekstin suunnittelussa ja käyttää sen

mukaista kieltä ja sanavalintoja. Mikäli vastaanottaja ei ymmärrä ammatikieltä ja sille tyypillisiä termejä, on huolehdittava, että asiateksti on kirjoitettu yleiskielen ilmauksia käyttäen. (Honkala ym. 2010, 27.)

Oppaan ulkoasun tavoitteena on olla havainnollistava ja ruudulta katsottavien sivujen tulee olla visuaalisesti miellyttäviä. Kuvat avaavat asioita, kun taas kuviot ja taulukot selventävät prosesseja. Kuvia hyödyntämällä sivut on nopeampi lukea ja usein ne muistetaan pelkkiä tekstejä paremmin. (Itä-Suomen Yliopisto n.d.; Korteso & Sjöman 2017, 88.)

Visuaalisella suunnittelulla tarkoitetaan graafista suunnittelua ja se on erittäin tärkeässä asemassa viestin välittämisen ja perillemenon kannalta. Sillä tarkoitetaan kaikkien esillä olevien, niin tietoisten kuin tiedostamattomien, elementtien järjestelyä niin, että ulkoasu palvelee sanoman välittymistä vastaanottajalle. Ennen aloittamista on pohdittava seuraavia kysymyksiä: Kuka? Kenelle? Mitä ja miksi? Miten? Milloin? Lisäksi on valittava julkaisun formaatti, asettelumalli, typografia, kuvitus ja värytys. Nämä ovat keinoja, joilla julkaisu voi erottautua muista ja saada vastaanottaja motivoitumaan lukemaan haluttu viesti. (Huovila 2006, 12–14; Pesonen & Tarvainen 2003, 2–5.)

Erilaiset esitysgrafiikkaohjelmat, kuten Power Point, toimivat erilaisten esitysten tukena. Hyvän diaesityksen ulkoasu on yhtenäinen ja yhdellä dialla on käsitelty ainoastaan yhtä asiaa. (Välisalo 2016.) Diaesityksen voi esittää ja jakaa kolmella eri tapaa. Sen voi esittää yleisölle, jolloin sisältö tulee kertojalta ja esitys sisältää paljon kuvia. Toiseksi esityksen voi jakaa sähköisenä esityksen jälkeen, jolloin dioille on lisättävä asiat, joita on kerrottu puheessa. Kolmantena vaihtoehtona on nettijakelu, joka ei sisällä esiintymistä. Tällöin dioilla täytyy olla enemmän tekstiä, jotta lukija ymmärtää esityksen halutulla tavalla. (Korteso & Sjöman 2017, 43.)

4.3 Kiertotalousjulkaisut Suomessa

Kiertotalous on suhteellisen uusi käsite eikä sen hyödyntämisestä suomalaisissa yrityksissä löytynyt virallisia tutkimuksia tätä opinnäytetyötä kirjoittaessani. Kiertotaloudesta on kirjoitettu paljon ja siihen liittyvää materiaalia on helposti saatavilla. Tämä vaatii kuitenkin sen, että tietoa etsivä on tietoinen kiertotaloudesta ja osaa etsiä siihen liittyvää tietoa. Toisaalta kiertotaloudesta kirjoitetaan enenevässä määrin sanoma- ja aikakauslehdissä, jolloin siihen voi niin sanotusti törmätä vahingossa ja näin kiinnostua asiasta. Lisäksi jotkut yritykset saattavat soveltaa kiertotalouden perusajatuksia jollain tasolla tietämättään (Rizos ym. 2016, 1213). Tällöin kiertotalousajattelun laajentaminen yrityksen muihin toimintoihin voi olla helpompaa.

Suomen itsenäisyyden juhlarahasto SITRA on yksi Suomen kiertotalouden suunnannäyttäjistä ja he tekevät kokeiluja yhdessä suomalaisten yritysten

kanssa ja selvittävät kiertotalouden mahdollisuuksia. Sitran laatima selvitys ”Kiertotalouden mahdollisuudet Suomelle” tarjoaa esimerkkejä toimialakohtaisista mahdollisuuksista. (Sitra 2014.) Lisäksi Sitra on laatinut kansallisen kiertotalouden tiekartan yhteistyössä ympäristöministeriön, maaja metsätalousministeriön sekä työ- ja elinkeinoministeriön kanssa. Tiekarttaan on kirjattu keskeiset toimenpiteet, joiden avulla Suomesta tulee kiertotalouden kärkimaa vuoteen 2025 mennessä. (Sitra 2016a.) Nämä ovat laajoja selvityksiä, joissa on huomioitu eri osapuolten, kuten julkisen ja yksityisen sektorin sekä kuluttajien, roolit.

Sitran tekemän selvityksen mukaan Suomen potentiaalisimmat alueet ovat jakamistalous ja käytetyn tavarahan kauppa, konepaja- ja metsäteollisuus, ravinteiden kierto, rakennusala sekä ruokahävikin minimointi. Tämän lisäksi Sitra on kerännyt vuodesta 2016 listaa kiinnostavimmista suomalaisista kiertotalousyrityksistä. Listauksen tavoitteena on haastaa yritykset löytämään ratkaisuja muuttuvan maailman tarpeisiin. Tällä hetkellä listalla on 97 yritystä. Arviointikriteereinä ovat mielenkiintoisuus, vaikuttavuus, liiketoiminta ja ratkaisun skaalattavuus. (Sitra 2016b; Sitra n.d..)

Elinkeinoelämän keskusliitto EK on julkaissut yrityksille suunnatun julkaisun nimeltä ”Syty kiertotaloudesta! Yhdessä kiinni kasvuun”, jossa esitellään seitsemän syytä, miksi yritysten tulisi ”syttyä” kiertotaloudesta. Julkaisussa EK halusi selvittää yhdessä jäsenliittojensa kanssa, mitä kiertotalousyritykset ovat tehneet toisin ja miten uusi liiketoiminta on saanut alkunsa. Lisäksi julkaisuun on koottu keskeisiä kiertotalouden malleja ja ideoita sekä yritysesimerkkejä. (Elinkeinoelämän keskusliitto EK 2016.)

5 TUTKIMUSMENETELMÄT

Toimeksiantajan käytännön ongelmasta johdettiin tutkimusongelma ja tutkimuskysymykset, jotka esiteltiin opinnäytetyön alussa. Tutkimusongelma ja tutkimusasettelu ohjasivat tutkimusmenetelmäksi toimintatutkimuksen, joka on työelämän kehittämistyö. Kehittämistutkimus on lähellä toimintatutkimusta, mutta tässä koettiin, että tutkimuksen tavoitteena ei ollut luoda yleistettävää ratkaisua, minkä vuoksi päädyttiin toimintatutkimukseen. Tutkimusote on laadullinen eli kvalitatiivinen ja aineistonkeruumenetelmäksi valikoituivat dokumentit, joista osa saatiin toimeksiantajalta ja osa kerättiin itse.

Tavoitteena oli löytää analyysimenetelmä, jolla kiertotalouden perustiedot saadaan välitettyä asiakkaalle helposti ja kustannustehokkaasti. Menetelmäksi valikoitui sähköinen opas, joka voidaan lähettää asiakkaalle sähköpostilla ennen tapaamista ja näin ollen he voivat tutustua aiheeseen jo etukäteen. Toimeksiantajan toiveena on, että oppaan avulla yrityksillä on parempi peruskäsitys kiertotaloudesta ja asiakastapaamisessa voidaan sy-

ventyä siihen, miten yritys voi kiertotaloutta omassa toiminnassaan hyödyntää ja miten toimeksiantaja voi auttaa heitä pääsemään tähän tavoitteeseen.

5.1 Toimintatutkimus

Toiminnallisen työn tavoitteena on ohjeistaa, opastaa, järjestää tai järjestyttää käytännön toimintaa. Esimerkkejä toiminnallisesta työstä ovat ammattilliseen käyttöön tarkoitettu ohje tai opastus tai tapahtuman järjestäminen. Ammattikorkeakoulun opinnäytetyön näkökulmasta on tärkeää, että työssä yhdistyvät käytännön toteutus ja sen raportointi. Näin ollen prosesseja tulee olemaan kaksi, itse produkti eli opas sekä produktin suunnittelusta ja valmistusprosessista kertova opinnäytetyö eli tämä raportti. (HAMK 2017, 3; Vilkkä & Airaksinen 2004.) Produkti eli opas on tämän opinnäytetyön liitteenä (liite 1).

Toiminnallisessa opinnäytetyössä kerättyä aineistoa ei välttämättä tarvitse analysoida yhtä tarkkaan kuin tutkimuksellisessa opinnäytetyössä, jos aineisto on kerätty laadullisella tutkimuksella (Vilkkä & Airaksinen 2004). Toimintatutkimuksessa on kuitenkin tärkeä perustella tehdyt valinnat lukijalle, koska jokainen valinta vähentää tutkimuksen objektiivisuutta tutkijan vaikuttaessa päätöksillään tutkimukseen (Kananen 2014b, 134–137).

Toimintatutkimuksella toteutettua tutkimusta verrataan sille asetettuihin tavoitteisiin. Jos muutos voidaan todeta, voidaan myös tutkimuksen katsoa onnistuneen. Näin ollen muutosta ja sen todentamista pidetään toimintatutkimuksen tärkeimpinä tutkimustuloksina. (Kananen 2014b, 134–137.)

5.2 Kvalitatiivisen tutkimuksen perusteet

Laadullinen tutkimusprosessi on tyypillisesti syklinen, koska ilmiöstä ei ole ymmärrystä, eikä tutkimusprosessin vaiheita voida täten etukäteen määrittellä (Kananen 2014a, 28). Tutkimusprosessin tavoitteena on löytää vastaus haluttuun ilmiöön tai siihen liittyvään ongelmaan. Tutkimusongelmat muutetaan tutkimuskysymyksiksi, joihin kerätään vastaus joko itse tai käytetään valmiita aineistoja. Aineistot kerätään erilaisilla tiedonkeruumenetelmillä riippuen valitusta tutkimusmenetelmästä. Tiedonkeruumenetelmät jaetaan sekundäärisiin (osittain valmis aineisto) ja primäärisiin (aineistot kerätään itse). (Kananen 2014a, 27, 64–65.)

Tässä opinnäytetyössä aineistonkeruussa on käytetty valmista aineistoa, tarkemmin sanottuna dokumentteja eli kirjallista aineistoa. Laadullisessa tutkimuksessa käytettävät dokumentit voivat olla vuosikertomuksia, muistioita, kokouspöytäkirjoja, organisaatiokuvauksia ja niin edelleen. Dokumentit voivat siis olla lähes mitä vaan, kunhan ne liittyvät tutkittavaan il-

miöön. Tutkimuskohde ja -ongelma määrittelevät sen, mitä opinnäyte-työntekijä tutkimuksessaan dokumenteista etsii ja hyödyntää. (Kananen 2015, 158.)

Kirjallista aineistoa on teorian lisäksi käytetty työn empiirisessä osassa. Osa kirjallisesta aineistosta on saatu toimeksiantajalta ja osa on kerätty itse. Lukemalla kerättyä aineistoa useampaan kertaan pyritään selvittämään, mitä aineisto viestii ja mitä ilmiöön liittyvää siitä nousee esille. Analysoinnin tavoitteena on saada mahdollisimman hyvä ymmärrys ilmiöstä ja näin löytää ratkaisu tutkimusongelmaan. (Kananen 2015, 161.) Aineiston järjestely, käsittely, muokkaaminen ja tiivistäminen ovat analyysin eri muotoja (Kananen 2014b, 105).

Sisällön analyysissä tavoitteena on kuvata kerätty aineisto tiivistetysti selkeässä muodossa. Sisältöanalyysin vaiheet ovat aineiston redusointi, klusterointi ja abstrahointi. Redusointi eli aineiston pelkistäminen voidaan tehdä esimerkiksi tiivistämällä tai pilkkomalla aineisto osiin. Klusteroinnilla tarkoitetaan koodatun aineiston läpikäyntiä niin, että aineistosta etsitään samanlaisuudet ja eroavaisuudet, ja ne ryhmitellään sisältöä kuvaavilla nimillä. Abstrahoinnissa oleellinen tieto erotetaan epäoleellisesta tiedosta ja niistä muodostetaan teoreettinen käsitteistö. (Kananen 2014b, 111–112.)

Tässä tutkimuksessa oleellista oli tiivistää dokumenttien asiat lyhyesti ja ymmärrettävästi yrityksille suunnattua opasta varten. Tiivistämisellä tarkoitetaan asiasisältöjen etsimistä tekstimassasta ja niiden nimeämistä sisältöä kuvaavalla sanalla. (Kananen 2015, 163.) Tätä apuna käyttäen kerätyistä teorioista etsittiin pääteemat, jotka koettiin olevan yrityksille merkityksellisiä ja näistä tuli oppaan tekstin otsikoita. Analyysiä jatkettiin niin, että valittujen teemojen alle tiivistettiin niitä koskevat asiat mahdollisimman tiiviisti ja selkeästi. Tavoitteena oli löytää ne asiat, jotka ovat oleellisia yrityksille silloin, kun he tutustuvat kiertotalouteen ja miettivät sen tarjoamia mahdollisuuksia omassa liiketoiminnassaan.

5.3 Tutkimuksen luotettavuus

Tutkimuksen luotettavuutta ja laatua mittaavat validiteetti ja reliabiliteetti. Validiteetilla tarkoitetaan sitä, että tutkitaan oikeita asioita. Validiteetti liittyy tutkimuksen suunnitteluun ja aineiston analyysiin. Reliabiliteetilla tarkoitetaan tulosten pysyvyyttä ja sillä viitataan tutkimuksen toteutukseen ja siihen, saadaanko sama tulos, jos tutkimus uusitaan. Luotettavuustarkastelun tavoitteena on selvittää, onko eri tutkimusvaiheet tehty oikein. Laadullisessa tutkimuksessa luotettavuus perustuu tutkijan arviointiin ja näyttöön. Näin ollen luotettavuutta ei voida arvioida ja laskea samalla tavalla kuin kvantitatiivisessa tutkimuksessa eikä täysin objektiivista luotettavuutta ole täten mahdollista saavuttaa. (Kananen 2014a, 146–147.)

Tutkimustyyppi vaikuttaa siihen, voiko tutkija vaikuttaa tutkittavaan ilmiöön. Perinteisesti ajatellaan, että tutkija ei saa vaikuttaa tutkittavaan ilmiöön eli saastuttaa, koska halutaan saada luotettavaa tietoa aidossa ympäristössä. Kehittämis- ja toimintatutkimuksessa vastaavasti tutkijalla on keskeinen rooli muutoksen organisoinnissa. (Kananen 2014a, 24.)

Tässä työssä luotettavuus varmistetaan sillä tavoin, että oppaan teossa käytettävä kirjallinen materiaali pyritään keräämään luotettavista lähteistä. Luotettavuutta pyritään parantamaan vertaamalla kerättyä aineistoa keskenään ja katsotaan, saadaanko näistä toisiaan tukevia tuloksia (vahvistettavuus). Riittävä dokumentaatio antaa työlle uskottavuutta ja kaikki ratkaisut pitää perustella (arvioitavuus). Tämä varmistetaan pitämällä päiväkirjaa tehdyistä valinnoista. Tuloksin ristiriidattomuudesta eli sisäisestä validiteetista puhutaan silloin kun kaksi tai useampi tutkijaa saa saman lopputuloksen samasta aineistosta. Tässä työssä ei tehdä toista tulkintaa. Sen sijaan toimeksiantaja tulee hyväksymään tehdyn materiaalin. Saturaatiolla eli kylläntymisellä tarkoitetaan sitä, että eri lähteistä saadut tutkimustulokset alkavat toistaa itseään eikä uutta tietoa tutkimukseen enää saada. (Kananen 2014a, 152–154.) Tavoitteena on kerätä tutkittavasta aiheesta eri lähteistä tietoa ja katsoa, että eri lähteiden tutkimustulokset alkavat toistua (saturaatio).

6 PROJEKTIN ETENEMINEN

Tämän luvun tavoitteena on kuvata, miten projekti on suunniteltu toteutettavan.

6.1 Projektin tarve

Toimeksiantajan käytännön työssä kohtaama ongelma on, että kovin moni yrityksistä ei tiedä, mitä kiertotalous tarkoittaa käytännössä. Tavatessaan potentiaalisia asiakkaita suuri osa ajasta menee siihen, että toimeksiantaja kertoo yrityksille, mitä kiertotalous käytännössä tarkoittaa. Sen sijaan toimeksiantaja toivoo, että tapaamisissa mietitään yhdessä asiakkaan kanssa, miten yritys voi kiertotaloutta hyödyntää.

Toimeksiantajan mukaan valmista, heidän tarpeisiinsa sopivaa, opasta kiertotaloudesta ei ole, minkä vuoksi heillä on tarve tehdä oma sähköinen opas. Projektin aikana selvitetään, minkälaisia muita kiertotalouden opaita ja julkaisuja on tehty ja hyödynnetään niitä soveltuvin osin.

6.2 Projektin tavoitteet

Opinnäytetyön tavoitteena on löytää ratkaisu, jonka avulla yrityksille saadaan etukäteen tietoa, mitä kiertotalous on ja miten yritykset voivat sitä hyödyntää.

Toimeksiantajan mukaan ratkaisu heidän ongelmaansa voisi olla sähköpostilla jaettava lyhyt opas kiertotalouden perusasioista. Tavattavat henkilöt voisivat lukea oppaan ennen tapaamista, jolloin heillä olisi parempi peruskäsitys kiertotaloudesta. Näin ollen opinnäytetyöprojektin tavoitteeksi määriteltiin sähköisen oppaan tekeminen. Ensisijaisena tavoitteena on luoda sisältö sähköistä opasta varten. Lisäksi toimeksiantajan kanssa sovittiin, että jos ylimääräistä aikaa on, niin oppaalle voi myös miettiä visuaalista ilmettä. Tarvittaessa toimeksiantajalla on yhteistyökumppaneita, jotka voivat auttaa oppaan graafisen ilmeen luomisessa.

Tavoitteena on tehdä lyhyt ja ytimekäs opas, johon tavattavat henkilöt voivat tutustua nopeasti ennen tapaamista. Vastaavaa lyhyttä kiertotaloudesta kertovaa, pk-yrityksille suunnattua, opasta ei toistaiseksi ole ollut ainakaan julkisesti saatavilla, minkä vuoksi oppaalla tulee olemaan uutuusarvoa.

6.3 Projektin toteutus

Toiminnallisessa opinnäytetyössä on kaksi prosessia, itse produkti eli opas sekä produktin suunnittelusta ja valmistusprosessista kertova opinnäytetyö eli tämä raportti (Vilka & Airaksinen 2004). Nämä tulevat olemaan kaksi erillistä tuotosta, joita tehdään osittain päällekkäisesti.

Oppaan tarkempaa esitysmuotoa ei toimeksiantajan kanssa etukäteen päätetty. Toimeksiantaja oli kuitenkin tehnyt oppaasta oman alustavan rungon Word-dokumenttiin ja tavoitteena on hyödyntää alustavaa runkoa sekä muita kiertotalouden teorioita sisällön tuottamisessa. Tekstiä kerätään alkuun enemmän ja sitä karsitaan useaan otteeseen niin, että jäljelle jää oleellisin tieto yritysten kannalta. Lisäksi oppaan sisältöä muokataan toimeksiantajalta saadun palautteen perusteella ja etsitään uutta tietoa tarvittaessa.

Opinnäytetyöraportin osalta projekti etenee niin, että siinä hyödynnetään oppaan sisältöön tuotettua tekstiä. Lisäksi etsitään tietoa muun muassa oppaan sisällön luomisesta ja tutkimusmetodeista.

Projektin etenemistä tarkastellaan useaan eri otteeseen. Oppaan osalta etenemistä seurataan toimeksiantajan kanssa sovittuina palautuspäivinä. Kirjallisen raportin etenemistä seurataan vastaavasti HAMK:n etukäteen annettuina yleisinä tenttipäivinä, jotka toimivat myös kirjallisen työn esityspäivinä. Palautuspäivät ovat näitä kaksi viikkoa aikaisemmin.

6.4 Projektin aikataulu

Opinnäytetyöprojekti aloitettiin syyskuussa 2017. Syyskuussa tavoitteena oli tutustua kiertotalouden teoriaan ja löytää opinnäytetyölle sopiva aihe sekä toimeksiantaja. Tutustuessani kiertotalouden materiaaleihin löysin

Ethican ja heillä oli tarve kiertotalousoppaalle. Kun toimeksiantaja ja potentiaalinen aihe löytyivät, aihe hyväksytettiin koululla. Tämän jälkeen toimeksiantajan kanssa sovittiin tapaamisesta, jossa keskusteltiin toimeksiantajan toiveista ja tarpeista, oppaan sisällöstä sekä toteutusaikataulusta. Toimeksiantajan kanssa sovittu tapaaminen ajoittui syyskuun loppuun. Tapaamisessa sovittiin, että opas olisi valmis ennen joulua 2017. Lisäksi tapaamisen yhteydessä tehtiin opinnäytetyösopimus, joka toimitettiin koululle.

Kirjoitusprojekti jakaantuu niin, että opas tehdään ensin, koska se on tavoitteena julkaista ennen joulua. Toimeksiantajan kanssa pidetyssä tapaamisessa sovittiin, että ensimmäinen versio oppaasta valmistuu lokakuun loppuun mennessä. Seuraavista vaiheista sovitaan tapauskohtaisesti yhdessä toimeksiantajan kanssa.

Opinnäytetyöraporttia kirjoitetaan oppaan kanssa osittain samaan aikaan, mutta raportin pääasiallinen kirjoitus ja viimeistely tehdään produktin teon jälkeen. Opinnäytetyön kirjoittaminen aloitetaan marraskuussa, kun oppaan ensimmäinen versio lähetetään toimeksiantajalle ja heiltä odotetaan siihen kommentteja. Ensimmäiseen versioon kirjoitetaan työn tausta ja tutkimuskysymykset, kiertotalouden perusteoriaa sekä tutkimusmenetelmät. Suunnitelmaseminaari pidetään joulukuussa 2017, kun opas on jo lähes valmis. Tällöin oppaaseen voidaan tehdä vielä viimeisiä muutoksia suunnitelmaseminaarista saadun palautteen perusteella.

Väliseminaari on tarkoitus pitää tammi-helmikuussa 2018. Tähän mennessä tavoitteena on kirjoittaa lisää teoriaa oppaan tekemisestä, viimeistellä kiertotalouteen liittyvä teoria sekä kuvata käytännön toteutus. Opinnäytetyöraportti viimeistellään helmikuussa ja loppuseminaari on tarkoitus pitää maaliskuussa 2018. Kokonaisuudessaan työ on tavoitteena saada valmiiksi maaliskuun 2018 loppuun mennessä.

6.5 Projektin tulosten hyödyntäminen ja seuranta

Projektin tuloksena saatua opasta on tarkoitus hyödyntää toimeksiantajan päivittäisessä työssä niin, että opas lähetetään tavattaville asiakkaille etukäteen tutustuttavaksi. Näin asiakkailta on peruskäsitys kiertotaloudesta ennen tapaamista ja toimeksiantaja pääsee miettimään kiertotalousasioita yritysten kanssa syvällisemmin jo heti ensimmäisissä tapaamisissa.

Projektin seurannassa kuuluu selvittää, luetaanko opasta etukäteen, kuten on toivottu. Lisäksi tulee kartoittaa, helpottaako opas toimeksiantajan käytännön työssä kohtaamaa ongelmaa eli pystytäänkö tapaamisissa keskittymään syvemmin siihen, miten yritykset voivat kiertotaloutta hyödyntää. Lisäksi toimeksiantajan kannattaa seurata projektin onnistumista lukijoilta kerättävän palautteen avulla.

7 OPPAAN TOTEUTUS

Työn toiminnallinen osa eli oppaan tekeminen ajoittui pääasiassa lokamarraskuulle 2017. Samalla tutustuttiin kiertotaloudesta ja hyvän oppaan kirjoittamisesta kertovaan kirjalliseen aineistoon. Opinnäytetyön kirjoittaminen aloitettiin marraskuun alussa, mutta varsinaisesti kirjoitustyö keskittyi jouluihelmikuulle, kun opas oli saatu valmiiksi. Lisäksi uusia lähdeaineistoja etsittiin jatkuvasti kirjoittamisen ohessa.

Opinnäytetyötä aloitettaessa tutkittiin, minkälaisia oppaita kiertotaloudesta on yrityksille aikaisemmin kirjoitettu. Pääasiassa löydetty julkaisu kertoivat yleisesti kiertotaloudesta tai keskittyivät kiertotalouden alueelliseen toimeenpanoon. Ainoa yrityksille suunnattu opas oli aiemmin esitelty EK:n ”Syty kiertotaloudesta! Yhdessä kiinni kasvuun”-julkaisu. EK:n opas on yli 30 sivua pitkä, minkä vuoksi se ei sopinut tähän tarkoitukseen, sillä oletuksella, että oppaan lukemiseen ei käytettäisi kovin paljon aikaa. Näin ollen toimeksiantajalla oli tarve lyhyelle ja ytimekkäälle kiertotalouden oppaalle, joka toteutettiin opinnäytetyön toiminnallisessa osassa. Oppaan käytännön toteutusta käsitellään alla olevissa luvuissa.

7.1 Sisältö

Toimeksiantajan toiveena oli opas, joka on ”kansankielinen” sekä kiteyttää kiertotalouden sanoman tehokkaasti ja selkokielisesti muutamia esimerkkejä apuna käyttäen. Toimeksiantajalla oli alustava runko ja ajatus oppaan sisällöstä valmiina, mikä helpotti aiheen rajaamista. Alustava runko ja toimeksiantajan käyttämät koulutusmateriaalit saatiin käyttöön. Lisäksi tutustuttiin muihin kiertotaloudesta kertoviin julkaisuihin ja verkkosivuihin. Näiden pohjalta työstettiin sisältöosuus.

Toiminnallisessa opinnäytetyössä syntyvä tuotos tehdään aina jollekin tai jotakin tiettyä käyttöä varten. Etukäteen on myös hyvä miettiä, mikä on ratkaistava ongelma ja ketä se koskee. Lisäksi produktin tekstin tulee puhutella kohderyhmää ja olla kirjoitustyyliiltään heille tarkoituksenmukainen. (Vilkka & Airaksinen 2004, 38–39.) Toimeksiantaja kertoi ensimmäisessä tapaamisessa, että heidän pääasialliset asiakkaansa ovat eri aloilla toimivat pk-yritykset ja niissä liiketoiminta- ja kehitysjohtajat. Näin ollen kohderyhmä oli tiedossa ennen julkaisun suunnittelun aloittamista. Vaikka kohderyhmä oli etukäteen määritelty, tuli suunnittelun yhteydessä ilmi, että suunniteltava teksti on hyvä jättää yleiselle tasolle, sillä ihmisten tietoisuus kiertotaloudesta vaihtelee suuresti. Lisäksi tuli varmistaa, että teksti on kirjoitettu kaikkien ymmärtämällä yleiskielellä ja että tekstiin ei jää vaikeasti ymmärrettäviä ammattitermejä (Honkala ym. 2010, 27). Vielä ennen viimeistä versiota tekstiin oli jäänyt termejä, jotka eivät välttämättä ole selviä kaikille, minkä vuoksi tekstiä muokattiin useaan otteeseen.

Alustava runko oli todella kattava, mikä teki tekstin luettavuuden melko raskaaksi. Näin ollen ehdotetusta sisällöstä karsittiin muutamia aihealueita kokonaan pois, jotta sisältö olisi selkeä ja informatiivinen ja sitä olisi helppo lukea. Lisäksi oppaan sisältö oli hyvä pitää riittävän lyhyenä, jotta lukija jaksaa kiinnostua tekstistä ja kokee materiaaliin niin hyödylliseksi, että tutustuu siihen etukäteen. Liiallinen tieto voi estää lukijaa näkemästä, mikä tekstissä on tärkeää (Kankaanpää & Piehl 2011, 85).

Tekstin sisältö suunniteltiin ja jäsennettiin loogisesti niin, että sitä on helppo seurata (Honkala ym. 2010, 25). Tekstin jäsentelyratkaisuksi valittiin aihepiirijärjestys, joka sopii laajojen kokonaisuuksien kuvaamiseen osa kerrallaan. Tällöin esitys aloitetaan yleensä tärkeimmällä aiheella, josta edetään vähäpätöisempiin. Jos selvää tärkeysjärjestystä ei ole, voidaan edetä sattumanvaraisessa järjestyksessä. Aihepiirijärjestys sopiikin hyvin esitteisiin ja raportteihin. (Kankaanpää & Piehl 2011, 102–107.)

Käytännössä oppaan tekstin jäsentely toteutettiin niin, että alkuun esiteltiin, mitä kiertotalous on ja miten tuotteen arvoa voidaan kiertotaloudessa maksimoida. Nämä ovat tärkeitä taustateorioita, jotta yritykset ymmärtävät kiertotalouden logiikan. Tämän yhteydessä tuli ilmi, että kiertotalous vaatii uusia teknologioita, innovaatioita ja palvelumalleja (Seppälä ym. 2016), minkä vuoksi liiketoimintallien esittely seuraavaksi oli luontaista. Sen jälkeen käsiteltiin suunnittelun merkitystä osana tuotteen koko arvoaketjua. Loppuun koottiin vinkkejä, miten kiertotalouteen tutustumisen kanssa kannattaa edetä sekä niin sanottu tarkistuslista, jonka tavoitteena on auttaa yrityksiä löytämään omasta toiminnastaan kohdat, joissa kiertotaloutta voidaan hyödyntää. Viimeiseksi esiteltiin, miten toimeksiantaja voi auttaa yrityksiä kiertotalouteen liittyvissä kysymyksissä.

Aihepiirijärjestyksessä lukijan on helppo löytää haluamansa tieto otsikoiden avulla. Lisäksi otsikot antavat tekstistä kokonaiskuvan nopeasti. (Kankaanpää & Piehl 2011, 103.) Teksti otsikoitiin niin, että sisältö käy niistä lukijalle ilmi. Lisäksi otsikot on lyhyitä (maksimissaan yksi lause), jotta ne on helppo hahmottaa. Osa otsikoista tehtiin kysymysmuotoon, jolloin ne houkuttelevat lukijaa saamaan niihin vastauksen. Kysyvät otsikot sopivat ohjeisiin, esitteisiin ja oppaisiin (Kankaanpää & Piehl 2011, 176–177). Oppaaseen tehtiin myös sisällysluettelo, jonka otsikot antavat nopeasti kokonaiskuvan tekstistä ja sen pituudesta (Kotimaisten kielten keskus n.d.).

Tekstikappaleet kirjoitettiin niin, että yhdessä kappaleessa käsitellään vain yhtä asiaa. Tällöin teksti on selkeää ja silmäily helppoa. Etenkin väliotsikot kiertotalouden liiketoimintamalleissa auttavat tekstin hahmottamisessa ja tarvittaessa tiedon hakeminen kokonaisuudesta on helpompaa. (Kortesuo, Patjas & Seppänen 2014.)

Vaikka tekstisisältöä oli aluksi liikaa, ehdotettiin oppaan sisältöön lisättäväksi Accenturen ja Sitran käyttämä viiden eri liiketoimintamallin jaotteen, sillä nämä olivat yrityksille konkreettisilta työvälineiltä heidän omaa

toimintaa ajatellen. Toimeksiantaja piti ehdotusta hyvänä ideana ja liiketoimintamallit lisättiin oppaaseen. Lisäksi liiketoimintamalleista on useita käytännön esimerkkejä, jotka konkretisoivat teoriaa ja myös näitä lisättiin oppaaseen. Esimerkit voivat olla todellisia tai kuvitteellisia malliesimerkkejä. Hyvä esimerkki vetoaa tunteisiin ja auttaa muistamaan esitetyn asian paremmin. (VirtuaaliAMK n.d.) Jotta opas palvelisi mahdollisimman monia eri toimialalla toimivaa yritystä, päätettiin oppaassa olevat yritysesimerkit ottaa mahdollisimman erilaisilta toimialoilta.

Sisällön osalta toimeksiantajan toiveena oli, että oppaassa olisi erilaisia harjoituksia ja tarkistuslistoja. Näiden tavoitteena oli herättää yritykset miettimään kiertotaloutta ja yrityksen tämän hetkistä tilaa siinä. Jotta näitä ei olisi liikaa näin lyhyessä esityksessä, oppaaseen tehtiin yksi harjoitus ja yksi tarkistuslista. Arvokukkula kiteyttää kiertotalouden ydinasian hyvin ja sen syvällisempi pohdinta voi auttaa yrityksiä löytämään keinoja säilyttää tuotteidensa arvo pidempään. Arvokukkulaharjoitus on oppaan sivulla viisi.

Tarkistuslistan kokoaminen aloitettiin toimeksiantajan käyttämistä koulutusmateriaaleista. Materiaalien kysymykset kerättiin yhteen tiedostoon, ja niitä oli yli 30. Tavoite oli tehdä maksimissaan yhden sivun mittainen kysymyslista, joten listalta karsittiin ne kysymykset, joita ei koettu kaikkein tärkeimmiksi kiertotalouden ensiaskelten ottamisen kannalta. Tavoitteena oli jättää listalle ne, jotka kartoittavat yritysten kiertotalouden tämän hetkistä tilaa ja auttavat yrityksiä löytämään toiminnastaan niitä kohtia, joissa kiertotaloutta voisi hyödyntää. Ensimmäisen karsinnan jälkeen kysymyksiä oli jäljellä 15, joista saatujen kommenttien perusteella lopulliseen versioon jäi 10 kysymystä. Lopullinen tarkistuslista (eli Checklist) on oppaan sivulla 14. Osa kysymyksistä oli muotoiltu dikotomisiksi, joihin riitti vastaus kyllä/ei, kun taas osassa pyydettiin kuvaamaan toimintaa tarkemmin. Dikotomisiin kysymyksiin on helppo vastata, mutta niiden avulla on vaikea mitata asenteita tai käyttäytymisaikomuksia (KvantiMOT, 2010). Toimeksiantajan toiveena oli, että asiakkaat voivat vastata tarkistuslistan kysymyksiin lyhyen perusinfon jälkeen, minkä vuoksi dikotomiset kysymykset jätettiin lopulliseen versioon. Lisäksi toimeksiantajan toiveena oli, että kysymykset herättävät yritykset miettimään kiertotalouden asioita etukäteen. Tapaamisten yhteydessä toimeksiantaja ja yritykset voivat pohtia kiertotalouteen liittyviä kysymyksiä syvällisemmin kunkin yrityksen omasta näkökulmasta.

7.2 Ulkoasu

Visuaalinen linja on ammattigraafikon suunnittelema, kullekin yritykselle erikseen suunniteltu persoonallinen ilme, jota noudatetaan sen viestinnässä. Yleensä visuaalinen linja koostuu tunnuksesta, liikemerkistä tai tekstilogosta, tunnusväristä sekä typografiasta. Visuaalinen linja erottaa yrityksen muista yrityksistä sekä tukee yrityksen identiteettiä ja viestii sen asenteista ja arvoista. (Pesonen & Tarvainen 2003, 5–6.)

7.2.1 Formaatti

Alustava runko oli tehty Word-dokumenttiin, johon myös ensimmäinen tekstiluonnos tehtiin. Tekstiä oli paljon ja sitä oli vaikea rajata. Näin ollen oppaan mahdollista ulkoasua hahmoteltiin Power Pointiin, jonka avulla ulkonäöltään houkuttelevan ulkoasun luonnosteleminen oli helpompaa.

Esitysohjelmiä, kuten Power Point, käytetään tyypillisesti puhe-esityksissä puhujan apuna havainnollistamisessa. Niitä voidaan käyttää myös verkko-opiskelun apuna. Ohjelmilla laadittuja sivuja kutsutaan tässä yhteydessä dioiksi ja ne luetaan usein tietokoneen näytöltä. Kun lukija tutustuu diojen sisältöön ilman, että niiden tekijä on mukana, vaaditaan dioilta eri asioita. Tällöin yhdellä dialla voi olla enemmän tekstiä ja kuvia, kuin perinteisissä puhe-esityksen dioissa. (Kankaanpää & Piehl 2011, 300–304.) Kuvat ovat hyviä esityksissä, jotka pidetään ilman suullista esiintymistä (Kortesuo & Sjöman 2017, 147). Lisäksi teksti on laadittava niin, että se toimii kuin muut tiedottavat tai ohjeelliset tekstit, koska tekijälle ei voi esittää lisäkysymyksiä (Kankaanpää & Piehl 2011, 304).

Power Point -ohjelmalla tehdystä oppaasta tallennettiin lopullinen versio lukittuun pdf-muotoon. Lukittu pdf-muoto on siitä hyvä, että sitä ei voi muokata ja sen laitton kopiointi on vaikeampaa. Lisäksi lukija näkee lopputuloksen oikeanlaisena. (Kortesuo & Sjöman 2017, 178–179.) Se ei myöskään ole tiedostona kovin suuri, jolloin se on helppo lähettää sähköpostin liitteenä. Lisäksi vastaanottaja voi halutessaan tulostaa sähköisen tiedoston paperille ja tehdä siihen omia muistiinpanoja esimerkiksi tapaamisen yhteydessä.

7.2.2 Typografiset valinnat

Typografia kertoo ilman lukemista julkaisun sävyn, tunnelman ja tyylin. Typografian avulla tekstin sanomaa voidaan tukea ja vahvistaa sekä värittää eri tavoin. Laajimmillaan typografia on koko julkaisun ulkoasu ja suppeimmillaan kirjaintypografia eli kirjaintyyppien ja -tyylien valinta, tekstin asettelu, palstojen määrittäminen ja niin edelleen. (Pesonen & Tarvainen 2003, 12.)

Koko opas tehtiin samalla fontilla, jotta oppaan ulkoasu on yhtenäinen. Fontiksi valittiin päätteetön Calibri-fontti, josta käytettiin kokoa 28 otsikoissa ja 14 varsinaisessa tekstissä. Erillisissä infolaatikoissa olevien yritysesimerkkien tekstikooksi valittiin 12. Calibri-fontista löytyy lihavoitu ja kursivoitu leikkaus. Yksi nosto ja muutamat väliotsikot tehtiin lihavoidulla leikkauksella, jotta ne erottuisivat lukijalle helposti. Korostuksia kannattaa käyttää harkitusti, jotta ne eivät menetä tehoaan. (Honkala ym. 2010, 28; Nieminen 2009, 94–95.)

Palstan leveys vaikuttaa tekstin luettavuuteen ja kirjainten kokoon (Pesonen & Tarvainen 2003, 37). Leipätekstiin tuotiin elävyyttä jakamalla teksti

kolmeen eri palstaan kahta viimeistä sivua lukuun ottamatta. Sarakkeiden merkkiväliksi valittiin 2 cm, jolloin palstat erottuvat selvästi toisistaan, mutta sivujen kokonaisuus pysyy silti yhtenäisenä.

Riviväli ja tekstin tasaustapa tulee huomioida kappaleiden muotoilussa. Riviväli vaikuttaa muun muassa luettavuuteen ja sivun yleisilmeeseen. (Pesonen & Tarvainen 2003, 34.) Rivivälin suuruus kasvaa fonttikoon kasvaessa. Koska tähän oppaaseen valitun leipätekstin fonttikoko ei ole suuri, valittiin riviväliksi 1.0. Lisäksi koska teksti oli jaettu kolmeen palstaan, päädyttiin oikeaan liehuun eli teksti jätettiin tasaamatta. Yleensä yhtä pitkät rivit eli tasapalsta on ryhdikäs ja helppolukuinen, mutta kapeissa tasapalstoissa runsaat tavutukset ja suurten sanavälien tuottama reikäisyys ei näytä hyvältä. Kappalevälit erotettiin tyhjällä tilalla, jotta sivut olisivat ilmavamman näköiset. (Pesonen & Tarvainen 2003, 34–36.)

Otsikon tulee kertoa tulevan tekstin sisältö ytimekkäästi ja herättää lukijan kiinnostus. Otsikko on tehokas, kun se erottuu muusta tekstistä. Sitä voidaan korostaa erilaisten kontrastien, kuten koon ja värin, avulla. (Pesonen & Tarvainen 2003, 41.) Otsikoiden fontit ovat samat kuin leipätekstissä, mutta suuremmassa koossa (28) ja sinisen väriset. Kirkkaan sininen antaa yrityksestä luotettavan ja virallisen kuvan (Nieminen 2009, 103). Sisällysluettelon otsikoiden tulee olla samassa asussa kuin tekstissä (Kotimaisten kielten keskus n.d.). Fontiksi valittiin sama Calibri kuin tekstissä koossa 14. Sivunumerot tasattiin oikeaan marginaaliin niin, että ykköset ja kymmenet ovat allekkain.

Näiden lisäksi oppaan tehostekeinoina käytettiin luetteloita. Luettelomuoto helpottaa esimerkiksi sisällysluettelon omaksumista ja sen avulla voi nopeasti katsoa, mitä esitys pitää sisällään. Leipätekstin seassa olevat luettelot helpottavat lukemista ja tuovat selkeyttä. (Pesonen & Tarvainen 2003, 44.) Luettelomerkiksi valittiin luetteloviiva ja numerointi niihin, joissa puhuttiin määristä.

7.2.3 Kuvien käyttö oppaassa

Kuvilla on tärkeä rooli viestinnässä ja ilman niitä julkaisut voivat jäädä kokonaan ilman huomiota. Parhaimmillaan kuva antaa katsojalle oivaltamisen ilon, mutta kohderyhmä on tunnettava hyvin, sillä kuvia tulkitaan eri kulttuureissa eri tavalla. Kuva voi olla informatiivinen, tekstiä täydentävä tai dekoratiivinen eli julkaisua koristava. Lisäksi mitä suurempi kuva on, sen parempi huomioarvo sillä useimmiten on. Valokuva koetaan uskottavimpana ja kuvasarja yksittäistä kuvaa parempana. (Nieminen 2009, 89; Pesonen & Tarvainen 2003, 47.)

Kun ensimmäinen tekstiversio oli tehty, kokeiltiin sen soveltuvuutta Power Point -muodossa dekoratiivisen kuvituksen kanssa. Alkuperäiset kuvat eivät olleet alkuvaiheessa käytettävissä, minkä vuoksi toimeksiantajan koti-

sivuilla olevista kuvista otettiin kuvakaappaukset ja mallinnettiin tällä tavoin, miltä ulkoasu tulisi näyttämään. Myös toimeksiantaja koki Power Point -luonnoksen helpommin hahmoteltavana kuin pelkän tekstin ja näin ensimmäisen version perusteella kuvitettua Power Point -muotoa päätettiin jatkaa. Toimeksiantaja toivoi kokeiltavan esitykseen myös muita kuvia, mutta kuvat eivät saaneet olla perinteisiä, yritysten käyttämiä korporaatio-tyyppisiä, kuvia. Sen sijaan, toiveena olivat kuvat, jotka kuvaisivat menestystä, rohkeutta, eteenpäin katsomista, uusia mahdollisuuksia ja parempaa tulevaisuutta.

Käytössä oli toimeksiantajan Adoben kuvapankki, josta haettiin kuvia, jotka vastasivat toimeksiantajan toiveisiin. Oppaan ulkoasusta tehtiin kolme uutta luonnosta, joissa kokeiltiin keskenään erilaisia kuvia. Kuvassa 5 on esitetty ainoastaan luonnosten kansisivut.



Kuva 5. Luonnosten kansisivut.

Yllä olevassa kuvassa näkyy eri kansivaihtoehdot. Piirroksia koetaan persoonallisina (Nieminen 2009) ja piirroksilla kuvitettua esitystä kokeiltiin ensimmäiseen luonnokseen. Lisäksi tavoitteena oli valita raikkaita ja tulevaisuuteen katsovia kuvia. Toiseen luonnokseen valittiin kuvasarja, joka koetaan yksittäistä kuvaa parempana (Nieminen 2009). Kuvasarjassa esiintyi poika, joka näytti miettivän maailman tilaa. Kolmanteen luonnokseen valittiin piirros yhdessä valokuvan kanssa, mikä nähdään tehokkaana yhdistelmänä (Nieminen 2009). Tähän valittiin kuvia, jotka kuvaavat eteenpäin ja tulevaisuuteen katsomista. Näiden eri luonnosten jälkeen päädyttiin kuitenkin käyttämään toimeksiantajan kotisivuilla olevaa alkuperäistä ”super-sankari”-kuvasarjaa, jotta oppaan ilme on yhtenäinen kotisivujen kanssa. Kuvasarjassa on tyttö taikaviitta päällä ja tyttö vaikuttaa rohkealta ja eteenpäin pyrkivältä. Otsikon ympärillä oleva ympyrä kuvaa jatkuvaa liikettä ja sykliä, johon vastaanottajan katse kohdistuu (Huovila 2006, 38–39). Ympyrä valittiin otsikon ympärille kuvaamaan kiertotaloutta pelkistetyksi ilman nuolta, jonka kiertotalouden yhteydessä useimmiten näkee.

Yrityksen esitteissä ja verkkosivuilla käytettävät kuvat ovat pitkäaikaisia, minkä vuoksi niiden tulla olla laadukkaita (Kortesuo ym. 2014). Toimeksiantaja on ostanut kuvat käyttämästään kuvapankista. Kuvapankkien kuvat

ovat laadukkaita ja se mahdollisti valitsemaan esityksen taustakuvat koko sivun kokoisiksi, jolloin ne erottuvat silloinkin, kun diaa pienennetään (Korteso & Sjöman 2017, 150). Kun kuvat ovat koko sivun kokoisia, tulee varmistua, että teksti on luettavaa ja tarvittaessa sijoittaa kuvan päälle läpinäkyvä ja sävytetty tekstiruutu (Korteso ym. 2014). Tekstiruutuja käytettiin muutamilla sivuilla, jotta tekstiä olisi helppo lukea. Ilman kuvaa oleville sivuille valittiin sama värimaailma kuin kuvallisiin, jotta ilme olisi samanlainen oppaan jokaisella sivulla.

Oppaan muut kuvat ja graafiset esitykset saatiin toimeksiantajalta. Niiden tarkoituksena on olla informatiivisia, jolloin ne täydentävät tekstiä. Kuva on paikallaan silloin, kun se selventää esitettyä tekstiä ja elävöittää julkaisua. Graafien tavoitteena on esittää olennainen tieto ytimekkäästi ja selkeästi. Yhteen graafiin tulee valita vain olennaisin asia ja tarkemmat yksityiskohdat kerrotaan leipätekstissä. (Itä-Suomen Yliopisto n.d.; Pesonen & Tarvainen 2003, 47, 53.) Arvokukkulakuva näyttää lineaarisen ja kiertotalouden eron ja tekstiin on avattu tarkemmin kiertojen sisällöt. Suunnittelun yhteydessä olevan kuvan tarkoitus on havainnollistaa tuotteen elinkaari, joka tulee huomioida kokonaisuudessaan tuotetta suunnitellessa.

7.3 Julkaisun aikataulu ja paikka

Alustavasti opas oli tarkoitus ottaa käyttöön ennen joulua 2017. Toimeksiantaja vaihtoi julkaisupäivän kuitenkin tammikuulle 2018, jotta oppaan julkaisu ei jäisi loppuvuoden kiireiden alle ja saisi enemmän huomiota. Toimeksiantaja tulee lähettämään oppaan sähköpostitse etukäteen niille asiakkaille, joita he ovat tapaamassa. Lisäksi oppaan voi ladata kuka tahansa ulkopuolinen taho toimeksiantajan kotisivuilta jättämällä omat yhteystietonsa. Tämä antaa toimeksiantajalle mahdollisuuden seurata, kuinka paljon opasta ladataan. Lisäksi kävijäseuranta auttaa yritystä määrittämään kohderyhmänsä. Sen avulla voidaan saada esimerkiksi selville se, ketkä opasta ovat kiinnostuneita ja mitä kautta heidät tavoittaa parhaiten. Tämä auttaa yritystä vastaamaan paremmin kohderyhmiensä tarpeisiin ja tekemään entistä suunnatumpaa sisällöntuotantoa. (Hakola & Hiila 2012, 131.)

Toimeksiantaja voi halutessaan myös pyytää opasta palautetta, jonka avulla opasta voidaan päivittää. Helppo ja kustannustehokas päivittäminen onkin sähköisen version hyviä puolia. Helppo tapa kysyä palautetta opasta on luonnollisesti asiakastapaamisissa, joita ennen opas on asiakkaille lähetetty.

Viestinnän ensisijaiseksi välineeksi valikoitui siis sähköposti, jonka pdf-liitetiedostona opas lähetetään. Välineen kautta lähetyn viestin etuna on viestin pysyvyys ja tarkkuus. Haittana puolestaan väärinymmärryksen riski, kun henkilöiden välillä ei ole samanlaista vuorovaikutusta kuin kasvokkain keskusteltaessa. (Lohtaja & Kaihovirta-Rapo 2007, 11–16.) Toisaalta silloin kuin opas lähetetään etukäteen tutustuttavaksi, toimeksiantajalla on mahdollisuus korjata viesti ennalta sovitussa tapaamisessa.

8 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA

Kiertotalouden uskotaan tarjoavan Suomen taloudelle valtavasti potentiaalia ja Suomesta löytyykin jo lukuisia esimerkkejä kiertotalousyrityksistä. Kiertotalous on suhteellisen uusi käsite, eikä sen tilasta tai hyödyntämisestä suomalaisissa pk-yrityksissä löytynyt tutkimuksia tätä opinnäytetyötä kirjoitettaessa. Näin ollen tähän aiheeseen liittyville tutkimuksille olisi tarve, jotta saadaan selville, mikä todellinen tilanne on ja minkälaista tukea yritykset kaipaavat. Tämän avulla olisi helpompi kehittää tarvittavia toimenpiteitä kiertotalouden edistämiseksi pk-yrityksissä.

Tärkeä ensiaskel on Sitran julkaisema kiertotalouden tiekartta, joka kuvaa, miten Suomen siirtymistä kohti kiertotaloutta voidaan edistää. Tiekartta ja muut vastaavat mallit voivat jäädä yrityksille kuitenkin etäisiksi, koska johdolla ja muilla strategiasta vastaavilla henkilöillä ei välttämättä ole aikaa perehtyä näin kattaviin selvityksiin. Sen sijaan yritykset tulisi saada tietoisiksi ja kiinnostuneiksi kiertotaloudesta käytännössä. Tässä apuna voisivat olla lyhyet ja ytimekkäät esitykset ja esimerkit sekä kiertotaloudesta kertovat tilaisuudet.

Kun tietoisuus ja mielenkiinto on saatu herätettyä, tarve kohdistuu konkreettisiin työkaluihin ja neuvontaan. Tässä opinnäytetyössä tehdyn oppaan voidaan katsoa olevan toimeksiantajalle yksi työkalu kiertotaloudesta kertovan tietoisuuden lisäämiseksi pk-yrityksissä. Lisäksi oppaan tavoite on auttaa neuvonnassa, jossa toimeksiantajalla ja muilla ulkopuolisilla asian tuntijoilla on keskeinen rooli.

Oppaan onnistumista voidaan mitata sillä, tuleeko se helpottamaan toimeksiantajan käytännön työssä kohtaamaa ongelmaa eli pystytäänkö tapamisissa miettimään syvemmin, miten yritykset voivat kiertotaloutta hyödyntää. Tämä edellyttää, että tavattavat henkilöt ovat lukeneet oppaan etukäteen, jos kiertotalous ei ole heille ennestään tuttu. Lisäksi onnistumista voidaan seurata asiakkailta kerätyn palautteen avulla sekä oppaan latausten määrällä.

Tutkimuksen luotettavuus pyrittiin varmistamaan niin, että oppaan tekoon käytetty kirjallinen materiaali oli hankittu luotettavista lähteistä. Tämän lisäksi kirjallista materiaalia kerättiin sekä ulkomaisista että kotimaisista lähteistä monipuolisuuden takaamiseksi. Aineisto luettiin läpi useaan otteeseen ja siitä pyrittiin kokoamaan ne asiat, jotka toistuivat useammissa eri lähteissä ja näin antoivat toisiaan tukevia tuloksia (vahvistettavuus). Lisäksi tehdyt valinnat pyrittiin dokumentoimaan mahdollisimman tarkasti ja perustelemaan opinnäytetyöraportissa (arvioitavuus). Dokumentoinnin apuna pidettiin päiväkirjaa tehdyistä valinnoista. Toimeksiantaja vahvisti lopullisen version, joka oli tässä työssä tapa varmistaa tulkinnan sisäinen validiteetti. Saturaatio tavoitettiin keräämällä tutkittavasta aiheesta riittävästi tietoa niin, että tutkimustulokset alkoivat toistua. Muutos ja sen to-

dentaminen ovat toimintatutkimuksen tärkeimpiä tutkimustuloksia. Muutosta ei kuitenkaan voida todentaa tämän opinnäytetyöprosessin aikana, sillä muutosta pystytään seuraamaan vasta, kun opas otetaan käyttöön ja sen toimivuudesta tai toimimattomuudesta saadaan käytännön kokemusta.

Seuraavaksi toimeksiantajan tulisi saada näkyvyyttä oppaalleen ja huomioida hakukoneoptimointi. Tässä apuna voi olla esimerkiksi SlideShare-palvelu, jonne ladatut materiaalit internetin hakukoneet löytävät helposti. Lisäksi SlideShare-palvelun avulla esitys on helppo jakaa sosiaaliseen mediaan, jossa toimeksiantaja on jo aktiivinen. SlideShare-palveluun voi myös kytkeä toiminnon, jonka avulla lukija voi jättää yhteystietonsa, mikäli he ovat pitäneet esityksen sisällöstä. Muina jatkotoimenpiteinä toimeksiantaja voi miettiä, olisiko muutaman minuutin esittelyvideo toimivampi ratkaisu. Toinen vaihtoehto voisi olla ääntä sisältävä esitys, jolloin dioilla olisi tekstiä nykyistä vähemmän ja puhe olisi pääasiassa. Kuten aiemmin tuli ilmi, tekstin määrä tulee harkita tarkkaan, jotta lukija jaksaa kiinnostua tekstistä.

Sisällöllisesti seuraavaan versioon kannattaa miettiä kiertotaloushankkeisiin saatavilla olevien rahoitusmahdollisuuksien esille nostamista, sillä ne voivat olla avainasemassa kiertotaloutta suunnitteleville pk-yrityksille. Näiden tietojen lisääminen vaatii kuitenkin sen, että niiden voimassaolo tulee säännöllisesti tarkistaa ja mahdolliset linkit päivittää. Lukijan kannalta on turhauttavaa, jos materiaalissa on vanhentunutta tietoa tai toimimattomia linkkejä.

Toimeksiantajalla ei ole ollut käytössään graafista ohjeistusta yrityksen julkaisemista esitteistä tai muusta sähköisestä viestinnästä. Näin ollen sain suhteellisen vapaat kädet oppaan ulkoasun suunnitteluun. Toisaalta tämä loi oman haasteensa, kun esimerkiksi valmiita kirjaintyyppejä tai värejä ei ollut, vaan kaikki piti aloittaa niin sanotusti alusta. Tulevaisuutta ajatellen toimeksiantajan kannattaa panostaa oman graafisen ohjeiston suunnitteluun, koska se auttaa heitä yhtenäisen ja ehjän yrityskuvan luomisessa ja hallinnassa.

Opinnäytetyöprosessi sujui suunnitellusti, vaikka oppaan julkaisuaikataulu myöhästyi. Alustavasti opas oli tarkoitus ottaa käyttöön ennen joulua 2017. Toimeksiantaja vaihtoi julkaisupäivän kuitenkin tammikuulle 2018, jotta oppaan julkaisu ei jäisi loppuvuoden kiireiden alle ja saisi enemmän huomiota. Lopulta kuvien julkaisulupaa jouduttiin odottamaan paljon odotettua kauemmin ja oppaan julkaisu siirtyi lopulta huhtikuulle 2018. Opinnäytetyöraportin osalta aikataulu piti suunnitellusti.

Alkuun tekstiä oli lopullista versiota huomattavasti enemmän ja ydinasioiden tiivistäminen oli melko haasteellista. Siitä huolimatta liiketoimintamallien lisääminen oli perusteltua juuri yrityksille tarkoitetun oppaan sisältöön. Opinnäyteprojektin yksi isoimpia haasteita oli vaikeus löytää kirjallisuutta, joka kertoisi millainen on hyvä yrityksille suunnattu opas tai miten

se tulisi tehdä käytännössä. Erilaisia oppaita löytyy paljon, mutta teoriaa oppaan tekemisestä ei löytynyt. Tällaiselle teorialle voisi olla käyttöä myös muilla tahoilla.

Alun perin opasta oli tarkoitus lähettää tavattaville asiakkaille vain sähköpostitse, mutta työn teon aikana opas päätettiin ladata myös toimeksiantajan kotisivuille, josta oppaan voi ladata jättämällä yhteystietonsa. Tämä on hyvä lisä ja antaa toimeksiantajalle mahdollisuuden löytää lisää uusia asiakkaita. Lisäksi sen avulla on mahdollisuus kerätä laajemmin palautetta ja muokata opasta sen perusteella toimivammaksi.

Tämän opinnäytetyön laajuuden puitteissa ei käsitelty varsinaisesti rajoitteita, joita pk-yritykset kohtaavat kiertotalouteen liittyen. Tämä on kuitenkin aihe, joka tulisi huomioida, jotta tiekartan ja muiden työvälineiden käyttöönotto olisi tuloksekasta.

LÄHTEET

Accenture (2014). Circular Advantage. Haettu 13.9.2017 osoitteesta https://www.accenture.com/t20150523T053139_w_us-en/acnmedia/Accenture/Conversion-Assets/DotCom/Documents/Global/PDF/Strategy_6/Accenture-Circular-Advantage-Innovative-Business-Models-Technologies-Value-Growth.pdf

Achterberg, E., Hinfelaar, J. & Bocken, N. (2016). Master Circular Business With the Value Hill. Circle Economy. Haettu 28.9.2017 osoitteesta <https://www.circle-economy.com/wp-content/uploads/2016/09/finance-white-paper-20160923.pdf>

Ahtela, K. (2017). Kiertotalous saa uuden rahoitusalan - toimijat yhteyttään yhteen. *Kauppalehti* 26.1.2017. Haettu 18.12.2017 osoitteesta <https://www.kauppalehti.fi/uutiset/kiertotalous-saa-uuden-rahoitusalan---toimijat-yhteyttaan-yhteen/3HbT2AAf>

Circwaste (2017). Kiertotalouden rahoitusmahdollisuudet. Haettu 18.12.2017 osoitteesta [http://www.materiaalitkiertoon.fi/fi-Fi/Tyokalut/Kiertotalouden_rahointusmahdollisuudet/Kiertotalouden_rahointusmahdollisuudet\(43207\)](http://www.materiaalitkiertoon.fi/fi-Fi/Tyokalut/Kiertotalouden_rahointusmahdollisuudet/Kiertotalouden_rahointusmahdollisuudet(43207))

Design Forum & Ethica (2017). Ecodesign Circle. Kick off -tilaisuus 23.11.2017.

Elinkeinoelämän keskusliitto EK (2016). Syty Kiertotaloudesta! Haettu 13.11.2017 osoitteesta https://ek.fi/wp-content/uploads/Syty_kiertotaloudesta_aukeamittain_web.pdf

Ellen MacArthur Foundation (2013). Towards the Circular Economy. Haettu 13.9.2017 osoitteesta <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/assets/downloads/publications/Ellen-MacArthur-Foundation-Towards-the-Circular-Economy-vol.1.pdf>

Ethica (2017a). Kiertotalouden kumppanit. Uutta liiketoimintaa kiertotaloudesta Teknologiateollisuus ry:n työpaja 31.1.2017.

Ethica (2017b). Suljetut kierrot. Uutta liiketoimintaa kiertotaloudesta Teknologiateollisuus ry:n työpaja 31.1.2017.

Ethica (n.d.). Kiertotalouden mukainen tuotesuunnittelu. Ethican sisäinen dokumentti.

Hakola, I. & Hiila, I. (2012). *Strateginen ote verkkoon*. Helsinki: Sanoma Pro Oy.

HAMK (2017). Opinnäytetyöopas. Haettu 6.11.2017 osoitteesta https://hameenamk.sharepoint.com/yhteiset-sisallot/laatukasikirja/koulutus/amk/Opinnytety/HAMK_opinn%C3%A4ytety%C3%B6opas.pdf

Honkala, P., Kortetjärvi-Nurmi, S., Rosenström, A. & Siira-Jokinen, S. (2010). *Linkki Työyhteisön viestintä*. Helsinki: Edita Publishing Oy.

Huovila, T. (2006). *”Look” – visuaalista viestisi*. Hämeenlinna: Tapani Huovila ja Infoviestintä Oy.

HSY (2017). HSY toimii kiertotalouden mahdollistajana, kannustajana ja tehostajana. Haettu 4.1.2018 osoitteesta https://www.hsy.fi/fi/tietoa-hsy/Vastuullisuus/Ymparist%C3%B6vastuu/Luonnonvarat/Sivut/HSY_toimii_kiertotalouden_mahdollistajana.aspx

Itä-Suomen yliopisto (n.d.). Näin teen loistavan esitteen. Haettu 8.1.2018 osoitteesta https://www.oppi.uef.fi/aducate/projektit/tyovoimavaaraaja2/wp-content/uploads/2011/11/onnistunut_esiteA4.pdf

Kananen, J. (2014a). *Laadullinen tutkimus opinnäytetyönä*. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Kananen, J. (2014b). *Toimintatutkimus kehittämistutkimuksen muotona*. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Kananen, J. (2015). *Opinnäytetyön kirjoittajan opas*. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Kankaanpää, S. & Piehl, A. (2011). *Tekstintekijän käsikirja*. Helsinki: Suomen Yrityskirjat Oy.

Karvonen, I., Jansson, K., Vatanen, S., Tonteri, H., Uoti, M. & Wessman-Jääskeläinen, H. (2015). Uudelleenvalmistus osana kiertotaloutta. VTT. Haettu 28.9.2017 osoitteesta <http://www.vtt.fi/inf/pdf/technology/2015/T207.pdf>

Kortesuo, K., Patjas, L., Seppänen, L. (2014). *Pillillä vai pasuunalla? Viestinnän käsikirja yrittäjälle*. Helsinki: Suomen Yrittäjien Sypoint Oy.

Kortesuo, K. & Sjöman, J. (2017). *Lisää otsikko napsauttamalla. Asiantuntijan käsikirja diaesityksiin ja presentaatioihin*. Helsinki: Helsingin seudun kauppakamari.

Kotimaisten kielten keskus (n.d.). Sisällysluettelo. Haettu 9.1.2018 osoitteesta <http://www.kielitoimistonohjepankki.fi/ohje/57>

Kouvola Innovation (n.d.). Kiertotalouden uudet osaajat yrityksille. Haettu 15.12.2017 osoitteesta <https://www.kinno.fi/seudun-kehittamien/kinno/projektit/kiertotalouden-uudet-osaajat-yrityksille>

KvantiMOT (2010). Kyselylomakkeen laatiminen. Haettu 9.1.2018 osoitteesta <http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kyselylomake/laatiminen.html>

Lohtaja, S. & Kaihovirta-Rapo, M. (2007). *Tehoa työelämän viestintään*. Helsinki: WSOYpro Oy.

Motiva (2017). Teolliset symbioosit kiertotalouden edistäjinä. Haettu 15.1.2018 osoitteesta https://www.motiva.fi/yritykset/verkostot/teolliset_symbioosit_fiss

Nieminen, T. (2009). *Visuaalinen markkinointi*. Helsinki: WSOYpro Oy.

Ovaska, J. (2016). Business Models for a Circular Economy. Haettu 28.9.2017 osoitteesta <http://jpovaska.com/business-models-for-a-circular-economy-e-book/>

Pantsar, M. & Herlevi, K. (2016). Lausunto Kierto kuntoon –selvitykseen. Haettu 16.11.2017 osoitteesta <https://www.sitra.fi/artikkelit/lausunto-kierto-kuntoon-selvitykseen>

Pesonen, S. & Tarvainen, J. (2003). *Julkaisun tekeminen*. Jyväskylä: Docendo Finland Oy.

Products that Last (n.d.). Six strategies for Circular Product Design. Haettu 16.1.2018 osoitteesta <http://productsthatlast.nl/site/app/index2.html#/page/0/6>

Rizos, V., Behrens, A., Gaast, W., Hofman, E., Ioannou, A., Kafyeke, T., Flamos, A., Rinaldi, R., Papadelis, S., Hirschnitz-Garbers, M. & Topi, C. (2016). Implementation of Circular Economy Business Models by Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs): Barriers and Enablers. *Sustainability* 2016 8(11), 1212-1230.

Seppälä, J., Sahimaa, O., Honkatukia, J., Valve, H., Antikainen, R., Kautto, P., Myllymaa, T., Mäenpää, I., Salmenperä, H., Alhola, K., Kauppila, J. & Salminen, J. (2016). Kiertotalous Suomessa – toimintaympäristö, ohjauskeinot ja mallinnetut vaikutukset vuoteen 2030. Valtioneuvoston selvitys- ja tutkimustoiminnan julkaisusarja 25/2016. Haettu 4.1.2018 osoitteesta http://tietokayttoon.fi/documents/10616/2009122/25_Kiertotalous+Suomessa.pdf/5a942ae7-9ec8-4b54-a079-f99c8ba2f8f1?version=1.0

Sitra (2014). Kiertotalouden mahdollisuudet Suomelle. Sitran selvityksiä 84. Haettu 15.12.2017 osoitteesta <https://media.sitra.fi/2017/02/27174628/Selvityksia84-2.pdf>

Sitra (2016a). Kierrolla kärkeen. Suomen tiekartta kiertotalouteen 2016-2025. Sitran selvityksiä 117. Haettu 15.12.2017 osoitteesta <https://media.sitra.fi/2017/02/26185547/Selvityksia117.pdf>

Sitra (2016b). 19 yritystä avaa kiertotalouden kiinnostavimpien listan. Haettu 13.9.2017 osoitteesta <https://www.sitra.fi/uutiset/19-yritysta-avaa-kiertotalouden-kiinnostavimpien-listan/>

Sitra (n.d.). Kiertotalouden kiinnostavimmat. Yritysesimerkit. Haettu 16.1.2018 osoitteesta <https://www.sitra.fi/hankkeet/kiertotalouden-kiinnostavimmat>

Tekes (n.d.). Smart&Green Growth – Puhtaasti biotalouteen ohjelmakokonaisuus. Haettu 15.12.2017 osoitteesta <https://www.tekes.fi/ohjelmat-ja-palvelut/ohjelmat-ja-verkostot/SmartGreen-Growth>

Vilka, H. & Airaksinen, T. (2004). *Toiminnallinen opinnäytetyö*. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

VirtuaaliAMK (n.d.). Esityksen tehostaminen. Haettu 8.1.2018 osoitteesta <http://www2.amk.fi/digma.fi/eetu/www.amk.fi/opintojak-sot/0409010/1079535826404/1081944645608/1082097928005/1082100416178.html>

VTT (2016). Talous kasvuun uusin ajatuksin. Kiertotalouden keinovalikoima käyttöön. Haettu 16.1.2018 osoitteesta http://www.vtt.fi/Documents/uutiset/Kiertotalous_VTT_Policy_Brief_1_2016.pdf

Välisalo, T. (2016). Esitysgrafiikka. Jyväskylän yliopisto. Haettu 16.1.2018 osoitteesta <https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/tvt/johdanto-tieto-ja-viestintateknologiaan/esitysgrafiikka>

KIERTOTALOUESTA LIIKETOIMINTAA -OPAS



Sisällys	
Mitä on kiertotalous?	3
Arvon maksimointi kiertotaloudessa	4
Kiertotalouden liiketoimintamallit	6
Suunnittelun rooli kiertotaloudessa	12
Miten tästä eteenpäin?	13
Checklist	14
Kuinka voimme olla avuksi?	15
Lähteet	16

Mitä on kiertotalous?

Perinteisessä lineaarisessa "ota, valmista, hävitä" -talousmallissa tuotteet on totuttu poisheittämään käytön jälkeen. Uusiutumattomien luonnonvarojen rajallisuus on kuitenkin vähitellen muuttamassa tätä ajatusmallia ja ollaan siirtymässä suljettuihin prosesseihin, joissa materiaaleja ei lopuksi tuhota vaan niitä kierrätetään ja niistä valmistetaan uusia tuotteita yhä uudelleen.

Kiertotalous on talousmalli, jossa tuotteen ja materiaalin arvo pyritään säilyttämään mahdollisimman korkeana mahdollisimman pitkään.

Kiertotaloudessa arvoa tuotetaan yhä enemmän aineettomasti ja kulutus perustuu omistamisen ohella vahvasti palveluiden käyttämiseen kuten jakamiseen ja vuokraamiseen. Samalla kiertotalous tuo mukanaan mahdollisuuden laajentaa omaa tarjontaa uusilla tavoilla. Lisäksi se tarjoaa taloudellista kehitystä luonnonvarojen nykyisissä rajoissa niin, että uusien innovaatioiden avulla voidaan saada "vähemmällä enemmän".

Me Ethicassa haluamme auttaa sinua omien kiertotalouspolkujen löytämisessä ja rakentamisessa. Toivomme, että saat hyviä ideoita tästä oppaasta ja voimme yhdessä tunnistaa lisää mahdollisuuksia ja kehittää ideoita eteenpäin!

Arvon maksimointi kiertotaloudessa

Kiertotalouteen siirtymisen keskiössä on muokata koko tuotanto- ja palvelutapa suljettujen kiertojen mukaiseksi. Tällöin tuotteeseen sitoutunut arvo, jota on kerrytetty siihen kerroksittain raaka-aineiden louhimisen, materiaalien jalostamisen, komponenttien

valmistamisen, tuotteen kokoamisen ja brändin kehittämisen myötä, saadaan säilymään mahdollisimman pitkään.

Alla oleva arvokukkula havainnollistaa kuinka lineaarisessa mallissa tuotteen arvo romahtaa ja usein tuhoutuu, kun tuote

on myyty.

Kiertotalousmallissa keskitytään arvon säilyttämiseen luomalla ja sulkemalla kiertoja. Mitä lähempänä käyttäjää kiertoja voidaan luoda ja ylläpitää, sen paremmin arvo saadaan säilymään.



Lähde: Achterberg, Elisa, Jeroen Hinfelaar and Nancy M. P. Bocken. 2016. "Master Circular Business with the Value Hill." White paper.

Arvoa voidaan säilyttää kiertojen avulla viidellä eri tavalla:

1. Tehokkain tapa säilyttää tuotteen arvo on käyttöiän pidentäminen. Keinoja käyttöiän pidentämisessä ovat mm. vara- ja lisäosat, päivitykset sekä korjaus- ja huoltopalvelut.

2. Toinen kierto on tuotteen uusi elämä uudella omistajalla. Seuraavalle käyttäjälle tuote voidaan tarjota käyttöön sellaisenaan tai sen jälkeen, kun se on kunnostettu, korjattu tai muodistettu.

3. Kolmannessa kierrossa tuote tehdaskunnostetaan ja myydään uudelleen. Monet suurlaitteiden valmistajat ovat alkaneet tarjota omaa tehdaskunnostettujen tuotteiden tuotelinjaa. Laitteet tarkastetaan, korjataan, tarvittavat osat

uusitaan ja uudelleen kootut laitteet sertifioidaan ja myydään uutta vastaavina, mutta huomattavasti halvemmalla.

4. Neljäntenä on kierto, jossa käytöstä poistetun tuotteen materiaaleista valmistetaan samanlainen tai kokonaan uusi tuote. Tuotteesta irrotetut komponentit tai osat pyritään hyödyntämään suoraan ilman muuntavia käsittelyitä, jolloin voidaan vähentää energiankulutusta ja uusien osien valmistusta.

5. Viimeinen kierto muodostuu perinteisestä kierrätyksestä. Mitään materiaalia ei hukata, vaan kaikki ylemmän tason kieroista hyödyntämättä jääneet materiaalit kierrätetään raaka-aineeksi. Kierrätetty materiaali voidaan erottamisen ja käsittelyn jälkeen käyttää hyödyksi aivan toisenlaisessa käyttötarkoituksessa.



Arvokukkulaharjoitus

1. Aseta yrityksenne nykyinen toiminta arvokukkulalle
2. Aseta arvoketjusi partnerit arvokukkulalle
3. Tunnista puuttuvat palat ja mahdollisuudet kiertotalouden mahdollistamiseksi

Kiertotalouden liiketoimintamallit

Edellä mainittujen kiertojen luominen mahdollistaa uusia liiketoimintamalleja ja luo yrityksille uusia kasvumahdollisuuksia kiertotalouden hyödyntämiseksi.

Kiertotalouden liiketoimintamallit ovat:

- Tuotteen elinkaaren pidentäminen
- Tuote palveluna
- Jakamislustat
- Uusiutuvat ja kierrätettävät materiaalit
- Kierrätys ja resurssien palautus kiertoon



Tuotteen elinkaaren pidentäminen

Tavoitteena on säilyttää tuotteet alkuperäisessä käyttötarkoituksessa mahdollisimman pitkään mm. korjaamalla ja kunnostamalla. Samalla uusien tuotteiden ostamisen ja valmistuksen tarve vähenee. Keinot tähän ovat tuotteiden:

- suunnittelu mahdollisimman pitkäikäiseksi ja korjattavaksi
- huolto- ja korjausmahdollisuus
- päivittäminen (esim. ohjelmisto tai ulkonäkö)
- kunnostus tai uudelleenvalmistus

uudenveroiseksi

- uudelleenmarkkinointi, jälleenmyynti ja uudelleenkäyttö
- yhteiskäyttö ja jakaminen

Malli sopii useimmille pääomaintensiivisille B2B-segmenteille ja B2C-yrityksille, jotka omistavat tuotteita ja saavat lisää tuloja näiden huollosta tai parantamisesta tai tuotekomponenttien kunnostuksesta, päivittämisestä, uudelleenvalmistuksesta tai -markkinoinnista.



Valtra on ottanut käyttöön traktorin vaihteistojen tehdaskunnostuksen, minkä avulla vaihteistojen elinkaarta pidennetään. Tehdaskunnostettu vaihteisto on uutta vastaava, mutta sen hinta on huomattavasti uutta pienempi. Lisäksi asiakas saa vaihteiston nopeammin käyttöön kuin, että vanha lähetettäisiin korjattavaksi.

Tuote palveluna

Yksi keino toteuttaa kiertotaloutta on muuttaa fyysisiä tuotteita palveluiksi tai tuotteen ja palvelun yhdistelmiksi. Tämä kannustaa yrityksiä ylläpitämään tuotteita mahdollisimman pitkään ja siirtää painopisteen myyntivolyymeistä tuotteen ja palvelun suorituskykyyn.

Helpoin tapa lähestyä palvelullistamista on liittää olemassa olevaan tuotteeseen palvelusopimus tai neuvontapalvelu. Esimerkkejä palvelusopimuksen eri muodoista:

- Liisauksessa (=leasing) asiakkaalla on oikeus tuotteen käyttöön pidempään ja siihen voidaan yhdistää erilaisia lisäpalveluja ja päivityksiä.
- Vuokratessa käyttöoikeus on tyypillisesti lyhempi, normaalisti alle kuukauden
- Tuotteesta myydään pelkkää hyöty-yksikköä. Esimerkiksi yhteiskäyttöauton käytöstä veloitetaan kuljettujen kilometrien perusteella
- Etukäteen sovittu palvelusopimus kuten kokonaisvaltainen valaistussuunnitelma, jossa käyttäjä maksaa vain valosta. Valaistuksen tarjoaja omistaa valaisimet, lamput sekä huolehtii huollosta ja sähkölaskusta.

Malli sopii erityisesti yritysille, joilla on korkeat käyttökustannukset ja jotka huoltavat tuotteensa kilpailijoitaan tehokkaammin.



Michelin tarjoaa kuljetusyhtiöille renkaita kokonaispalveluna niin, että asiakkaat maksavat käytöstä ajettujen kilometrien mukaan. Michelin hoitaa kaiken renkaisiin liittyvän, jolloin tavoitteena on tehdä renkaista mahdollisimman pitkäikäisiä ja lisäksi suunnitella renkaat niin, että palautuessaan niistä voidaan jälleenkäsitellä raaka-aineet uusiksi renkaiksi tai johonkin muuhun.

Jakamislustat

Erilaiset jakamislustat edistävät tavaran ja tuotteen käyttöasteen maksimoimista ja elinkaaren pidentämistä esim. vuokrauksen, myymisen, jakamisen ja uudelleenkäytön myötä. Lisäksi jakamislustoja hyödynnetään leasing- ja vuokrauspalveluissa yhteiskäytön hallintaan.

Yritykset voivat kehittää omia jakamislustoja tai tarjota tuotteitaan muiden operoimille alustoille erilaisten kumppanuuksien avulla.

Malli sopii yrityksille, joiden tuotteilla on alhainen käyttöaste. Lisäksi monet tämän päivän yrityksistä perustavat palvelunsa erilaisille jakamislustoille ilman omaa tuotevalmistusta.



MaaS Globalin Whim-matkasovellus kokoaa kaikki julkisen liikenteen palvelut yhden sovelluksen alle. Sovelluksen käyttäjä maksaa kuukausimaksua, johon sisältyy mm. HSL:n kuukausilippu, tietty määrä taksikilometrejä sekä auton vuokrauspalveluiden ja kaupunkipyörien käyttöä. Käyttäjä hakee sovelluksen avulla reitin paikasta A paikkaan B ja palvelu kertoo kätevimmän tavan liikkua haluttu matka kaikkia eri palveluita yhdistellen.

Uusiutuvat ja kierrätettävät materiaalit

Tuotteiden suunnittelussa ja valmistuksessa uusiutumattomia raaka-aineita korvataan uusiutuvilla, kierrätettävillä ja biohajoavilla materiaaleilla. Erittäin olennaista on materiaalien puhtaus niiden paremman kierrätettävyyden vuoksi. Valmistuksessa ja tuotannossa suositaan uusiutuvan energian käyttöä fossiilisten energialähteiden sijaan.

Malli soveltuu erityisesti yrityksille, jotka käyttävät rajallisia raaka-aineita.



Sulapac valmistaa puuhakkeesta pakkausmateriaalia, joka on muovinkaltainen, mutta täysin biohajoava. Tuotteen koostumuksessa on vain puuta ja luonnonperäistä sidosainetta. Lisäksi materiaalin etuna on, että sitä voidaan esimerkiksi prosessoida ja massatuottaa, kuten muovia.

Kierrätys ja resurssien palautus kiertoon

Kaikki hyödyntämättä jääneet materiaalit kierrätetään raaka-aineiksi, jotka voidaan erottelun ja käsittelyn jälkeen käyttää hyödyksi samanlaisen tai aivan toisenlaisen tuotteen valmistukseen.

Malli sopii yrityksille, joiden tuotannossa syntyy paljon sivutuotetta tai jotka voivat tehokkaasti palauttaa ja jälleenkäsittää jätteet tuotteista.



Pure Waste Textiles tekee uutta kangasta teollisuuden leikkuu- ja lankajätteistä eli käytetyt raaka-aineet on sataprosenttisesti kierrätettyjä. Jäte lajitellaan värin ja laadun mukaan, sen jälkeen se rouhitetaan, vanutetaan ja kehrätään uudeksi langaksi, josta se edelleen neulotaan tai kudotaan kankaaksi. Kankaiden valmistuksessa ei tarvita yhtään uutta raaka-ainetta eikä värjäysaineita, mikä vähentää merkittävästi veden ja kemikaalien kulutusta.

Suunnittelun rooli kiertotaloudessa

Kiertotaloudessa kyse ei ole vain kierrätyksestä, vaan tuotteen koko elinkaaresta. Suunnittelun tulisi koskea koko elinkaarta aina materiaalien ja raaka-aineiden tuotannosta, materiaalien prosessoinnista, tuotteiden

valmistuksesta, jakelusta, kaupasta sekä kuluttamisesta. Tuotesuunnittelustrategioita on viisi:

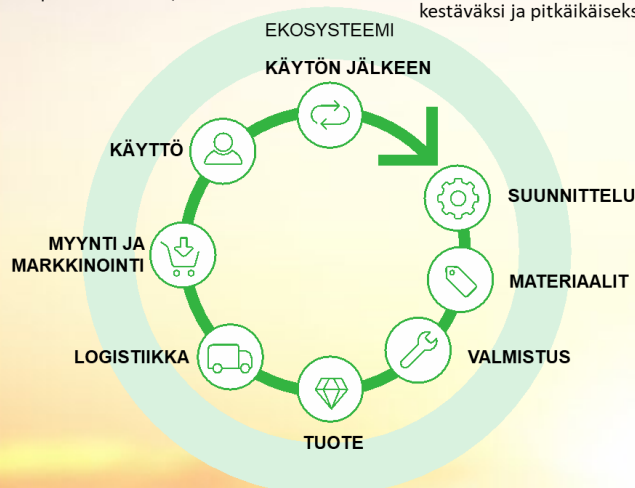
1. Pitkäikäisyys. Tuote suunnitellaan mahdollisimman kestäväksi ja pitkäikäiseksi.

2. Helppo ylläpito ja korjattavuus. Tuote on suunniteltu siten, että korjaus on helppoa joko asiakkaan itsensä tai valmistajan/yhteistyökumppanin toimesta.

3. Yhteensopivuus. Tuotteiden osat pidetään yhteensopivina pitkään, jotta niitä voidaan vaihtaa ja korjata helposti. Myös eri tuotesarjat suunnitellaan yhteensopiviksi keskenään.

4. Päivitettävyyttä. Tuotteen osat tai ohjelmisto on helppo päivittää uudempaan versioon.

5. Modulaarisuus. Tuote on suunniteltu niin, että sitä pystytään helposti korjaamaan ja päivittämään kaikkien osien ollessa helposti irrotettavia ja vaihdettavia.



Miten tästä eteenpäin?

Kiertotalous luo yrityksille uutta liiketoimintaa ja uusia kasvumahdollisuuksia. Sitran tekemän selvityksen mukaan kiertotalouden arvo Suomen taloudelle on n. 1,5-2,5 miljardia euroa vuoteen 2030 mennessä. Kiertotalouden on myös sanottu olevan suurin murros tuotannossa, kulutuksessa ja koko globaalissa taloudessa 250 vuoteen.

Edelläkävijäyritykset voivat saada kiertotaloudesta merkittäviä liiketoimintaetuja. Edelläkävijäisyys on kuitenkin iso strateginen päätös, joka vaatii koko yrityksen systemaattisen muutoksen ja johtoryhmän tuen.

Lisäksi koko organisaation on ymmärrettävä, mitä kiertotalous on ja miten se vaikuttaa omaan työhön. Myös kumppanit ja sidosryhmät kannattaa ottaa mukaan kehittämistyöhön jo varhaisessa vaiheessa, jolloin tarvittavien muutosten ja uusien ratkaisujen tunnistaminen on helpompaa.

Kiertotalouteen lähestyminen kannattaa aloittaa tutustumalla seuraavalla sivulla olevaan Checklistiin. Nouseeko sen avulla esiin joitain teemoja, joissa voitaisiin hyödyntää kiertotalouden näkökulmia? Myös yrityksen sisäinen tai yhteistyökumppaneiden kanssa

käyty keskustelu voi tuoda esiin helposti lähestyttäviä kiertotalouden kehityskohtia ja mahdollisuuksia.

Kun omat tarkastelut on tehty, kannattaa ottaa yhteyttä kiertotalouden ammattilaisiin ja kysyä rohkeasti apua. Ulkopuolinen taho näkee yrityksen ja koko toimialan huomattavasti laajemmasta perspektiivistä ja kykenee luomaan kytköksiä eri osa-alueiden välille sekä auttaa tarvittaessa löytämään puuttuvat partnerit.

Checklist

- ☐ Onko kiertotalouden mahdollisuuksia jo mietitty?
- ☐ Onko tuotantoketjua tarkasteltu kiertotalouden näkökulmasta koko alihankkijaverkoston osalta aina raaka-aineiden tuotannosta lähtien?
- ☐ Onko yrityksen toiminnassa tuotteen elinkaaren ajalta tunnistettu ne kohdat, joissa tuotteen arvo alenee?
- ☐ Onko yrityksen toiminta energia-/vesi-/ raaka-aine-/jäteintensiivistä? Jos kyllä, voiko toiminnassa hyödyntää kiertotalouden näkökulmia?
- ☐ Onko toiminnassa huomioitu jo yksi tai useampi: 1) ylläpito/päivitys/ korjaus/huolto, 2) uudelleen käyttö, 3) kunnostus ja uudelleen myynti 4) uudelleen valmistus, 5) kierrätys?
- ☐ Onko nykyisen alihankkijaverkoston kanssa keskusteltu kiertotalouden mahdollisuuksista ja/tai tarvittavista muutoksista toiminnassa?
- ☐ Tarvitaanko uusia kumppaneita kiertotalouteen siirtymiseksi?
- ☐ Asiakkaan näkökulma: onko asiakkaalle kätevämpää tapaa käyttää tuotetta kuin ostaa se itselleen (esim. tapa, joka helpottaisi arkea, käyttöä tai huoltoa)?
- ☐ Voisiko kiertotalouden mukainen toiminta vaikuttaa asiakaskokemukseen tai lisätä positiivista imagoa?
- ☐ Voiko toimintaan sisältyä riskejä, mikäli toimintaa ei kehitetä kiertotalouden mukaiseksi?

Kuinka voimme olla avuksi?

Ethica on kansainvälisesti palkittu kiertotalouteen erikoistunut konsultointiyritys. Työskentelemme yhdessä kansainvälisten kiertotalousasiantuntijoiden kanssa sekä Suomessa että ulkomailla. Laajat yhteistyöverkostomme takaavat sen, että asiakkaamme saavat näköalan parhaisiin kiertotalousratkaisuihin ja voivat varmistaa paikkansa edelläkävijöiden joukossa. Palvelumme ovat aina yksilöityjä ja yrityksen tarpeisiin räätälöityjä. Tässä muutamia esimerkkejä siitä, miten voimme auttaa:

- Kiertotalousliiketoimintamahdollisuuksien analyysi
- Kiertotalousstrategian ja designkoseptien luominen
- Partnerien identifiointi
- Kiertotalouteen liittyvä viestintä

Ethica Oy
Work & Meet Kampi
Kampinkuja 2
00100 Helsinki
puhelin: +358 40 7680 160



Lähteet

- Accenture
- Circle Economy
- Ellen MacArthur Foundation
- Products that Last
- Sitra